



Evangelische Kirche in Mitteldeutschland

Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Jena

KONZEPTION

für den

»Kirchenladen«

an der Stadtkirche St. Michael Jena

Saalstr. 23

Jena, im April 2015

1. Ziele

Der Kirchenladen Jena wird als anziehende Informations- und Begegnungsstätte der Kirche in Jena ausgestaltet.

Er bietet die Möglichkeit, kirchliche Standpunkte und Glaubensbotschaften an Kirchenferne weiterzugeben. Er öffnet einen „weltlichen Zugang“ zur Gemeinde Jesu Christi.

Er arbeitet auf der Grundlage einer begründeten Aufgabenbestimmung, eines Leitbildes und eines gesicherten Haushaltes.

Die Mitarbeitenden sind qualifiziert und identifizieren sich mit dem Leitbild und ihrer konkreten persönlichen Aufgabe. Der Kirchenladen präsentiert sich mit seiner Mitarbeiterschaft harmonisch und auf einem gleichen Ausbildungsstand.

Der Kirchenladen ist als Bestandteil des kirchlichen Lebens in Jena bekannt, akzeptiert und wird von den Sprengeln der Stadtgemeinde gefördert.

2. Trägerschaft

Der Kirchenladen wurde 2004 von der Evangelisch-Lutherischen Kirchengemeinde Jena gegründet.

Der Evangelisch-Lutherische Kirchenkreis Jena übernahm 2009 die Trägerschaft.

Die Aufgabe der Ausgestaltung wurde in die Hand des Öffentlichkeitsausschusses der Kreissynode bzw. des Kirchenkreises gegeben.

3. Lage und räumliche Bedingungen

Der Kirchenladen befindet sich in zentraler Lage in der Ortsmitte Jenas, gegenüber der Stadtkirche in Südostrichtung, unweit von Marktplatz und Rathaus. Er ist eingebettet in eine Ladenzeile mit mehreren Geschäften.

Der Türeingang befindet sich seitlich im sog. Göhre-Durchgang.

Der Kirchenladen, 2013 neu ausgestrichen, besteht aus einem quadratischen Raum mit einer Fläche von ca. 20 m².

Ein Teil des Raumes nimmt eine erhöhte bewegliche Kaffeetheke ein.

Über einen Aufgang ist eine kleine (Gemeinschafts-)Toilette zu erreichen.

Das Inventar besteht aus naturhölzernen Wandregalen, zur Zeit zur Ausstellung von Büchern und sonstigen Verkaufsartikeln genutzt.

Der mittig platzierte Tisch und Stühle füllen den Raum.

4. Personal

Der Kirchenladen wurde anfangs ausschließlich von Ehrenamtlichen betrieben.

Zwei ABM-Kräfte konnten für insgesamt 18 Monate beschäftigt werden.

Ab 2010 war eine von der Arbeitsagentur geförderte sog. 55+-Stelle eingerichtet worden, die mit einer Theologin besetzt wurde, die den Laden in den Jahren ihrer Tätigkeit prägte.

In der Zeit einer kontinuierlichen hauptamtlichen Betreuung war ein Rückgang in der Zahl der helfenden Ehrenamtlichen zu verzeichnen.

Nach dem Ende der 55+-Maßnahme im Juni 2013 wurde der Öffentlichkeitsbeauftragte des Kirchenkreises mit der kommissarischen Leitung betraut, der mit dem Kirchenladen bereits seit dessen Gründung persönlich verbunden ist.

Zur Zeit wird die Öffnung des Kirchenladens durch sieben stark verbundene ehrenamtlich Mitarbeitende gewährleistet.

5. Verortung im kirchlichen und gesellschaftlichen Umfeld

Der Kirchenladen liegt in unmittelbarer Nähe vis á vis zur Stadtkirche. Kirche und Laden werden als miteinander in Beziehung stehend wahrgenommen.

Der Kirchenladen partizipiert positiv am Image der Stadtkirche.

Der Kirchenladen wird von der Gründungsidee her gegenüber der Stadtkirche als „niedrigschwellig“ eingeordnet.

Naturgemäß zieht die täglich geöffnete Stadtkirche die Besucher an.

Informationssuchenden fällt zuerst der vor der Kirche befindliche Schaukasten ins Auge.

Nähere Auskünfte sind auch an der Besuchertheke in der Kirche zu erhalten.

Gemeindeglieder der Stadtgemeinde befürworten dessen ungeachtet die Präsenz eines „Kirchenladens“ in der bürgerlichen Stadtlandschaft Jenas.

Andere sehen im Kirchenladen allenfalls einen Identifikationsort für eine Kerngruppe der Stadtgemeinde. Die Ehrenamtlichen kommen überwiegend aus diesem Bereich.

Für kirchliche Treffen und Gesprächsrunden wird der Kirchenladen wenig genutzt.

Im Kirchenblatt der Stadtkirchengemeinde ist der Kirchenladen erst seit Herbst 2013 besser angezeigt, allerdings ohne das „Werbung“ für ihn gemacht wird.

Durch sein äußeres Erscheinungsbild als „kirchlicher Buchladen“, wird er von manchen als Konkurrenz zur Buchhandlung Albert Steen wahrgenommen.

Mit der Buchhandlung Steen besteht indes eine aktive Kooperation. Für die ausgestellten Bücher müssen keine Beschaffungskosten bezahlt werden. Am Verkaufserlös ist der Kirchenladen prozentual beteiligt.

Der Kontakt zur Stadtökumene besteht über die Arbeitsgemeinschaft christlicher Kirchen (ACK), deren Jenaer Ökumenischer Arbeitskreis sich regelmäßig im Kirchenladen versammelt.

Der Kirchenladen liegt im Einzugsbereich von Rathaus, Markt und Kirche, nach den drei traditionellen Schwerpunkten der alten Stadtstruktur also im Nahbereich von Politik, Handel und Religion.

In Jena tritt mit der Universität noch das ebenfalls nahe gelegene Zentrum der Wissenschaft hinzu.

Die Stadt gewährleistet über ihre Wohnungsbaugesellschaft eine vergleichsweise geringe Miete. Von der Stadt werden aktuell keine Veränderungswünsche an den Kirchenkreis herangetragen.

Zu den unmittelbaren Geschäftsnachbarn: Blumenladen und Weinhandlung besteht ein sehr gutes persönliches Verhältnis. Für das praktische Leben ist z. B. die vereinbarte Schlüsselübermittlung für die Diensthabenden im Kirchenladen wichtig.

6. Selbstverständnis

Der Kirchenladen beschreibt aktuell seine Aufgaben mit den drei Betätigungsfeldern Information, Kommunikation und Verkauf.

a) Information

Der Kirchenladen informiert mittels Einladungsfaltern und plakatiert zu

- Veranstaltungen im Kirchenkreis
- Veranstaltungen des Projektes „Offene Kirche“
- Veranstaltungen der Kirchengemeinde Jena
- Veranstaltungen der anderen Kirchengemeinden und Kirchengemeindeverbände des Kirchenkreises Jena
- Veranstaltungen der Arbeitsgemeinschaft Christlicher Kirchen

- Veranstaltungen der Friedrich-Schiller-Universität, sofern diese im kirchlichen Interesse liegen.

- Veranstaltungen in Nachbarkirchenkreisen, sofern Platz ist.

Die Schaufenstergestaltung soll - neben der Plakatierung - nach eigenem Anspruch auch dem Kirchenjahr folgen.

b) Kommunikation

Entsprechend seiner Selbstbeschreibung

- bietet der Kirchenladen einen Raum für Gespräche

- vermitteln die Mitarbeiter Kontakte zu Pfarrern, Sozialdiensten, Gemeindeleitungen u.a.

- steht der Raum auf Anfrage anderen Nutzern zur Verfügung

c) Verkauf

Das Warensortiment umfasst

- Gesangbücher, Bibeln, auch für Kinder, Kalender, Bücher zur Besinnung und Meditation

- Geschenke zu kirchlichen Anlässen wie Taufe, Konfirmation, Trauung, Trauerfall

- Drucke und Postkarten von Art

Das Sortiment folgt nach Möglichkeit dem Kirchenjahr.

Die Waren werden vorrangig bei der christlichen Buchhandlung Steen in Jena (auf Provisionsbasis) und beim Wartburg-Verlag (mit Rabatt) beschafft.

Für Veranstaltungen der „Offenen Kirche“ und der Kirchengemeinde sind im Kirchenladen Karten im Vorverkauf im Angebot (zum Teil auf Provisionsbasis).

7. Beobachtungen

7.1 Lage

Der Laden wirkt versteckt. Unkundigen Passanten fällt er nicht ins Auge. Die Ecklage am Göhre-Durchgang wirkt verschattet. Die Lage des Kirchenladens ist ohne Außenwerbung wenig geeignet, Passanten aufmerksam und neugierig zu machen.

Durch die Schaufenster stellen sich Öffnungen zum Kirchplatz und zum Göhre-Durchgang her. Für den Gesamteindruck sind die Fenster prägend. Es legt sich nah, sie in den weiteren Überlegungen zur Gestaltung deutlicher hervorzuheben.

7.2 Raum

Die sehr geringe Größe des Ladenraumes begrenzt die Nutzungsmöglichkeiten stark.

Der Zentralraum folgt über seine Zweckbestimmung hinaus (Verkauf und Tischgespräch) keinem inhaltlichen Konzept.

Raum und Schaufenster haben über den Zusammenhang des Warenangebotes hinaus keine Beziehung, die „räumliche Öffnungen“ nach außen herzustellen vermögen.

7.3 Personal

Die Öffnungszeiten des Kirchenladens mussten mit dem Ausscheiden der hauptamtlichen Mitarbeiterin deutlich eingeschränkt werden.

Ein verbindlicher Ausbildungsstandard für die Gruppe der Ehrenamtlichen fehlt.

Ein für die Ehrenamtlichen verbindendes Leitbild und verbindliche Regeln stehen nicht zur Verfügung.

Für die Führung des Ladens erscheint eine wenigstens teilweise hauptamtliche Kraft fördernd (siehe 13.9).

7.4 Kirchliches und gesellschaftliches Umfeld

Gegenüber der Stadtkirche fehlt es dem Kirchenladen an Alleinstellungsmerkmalen. Hier bietet die Trennung von Kirche als sakralem und Kirchenladen als Verkaufsraum Anknüpfungsmöglichkeiten.

Offen ist auch die Frage nach Identifikationsmöglichkeiten, die über die Zentrumskirchengemeinde hinausreichen?

Direkte Berührungspunkte zu den drei „weltlichen Zentren“ Rathaus, Markt und Universität gibt es im Kirchenladen nur punktuell.

Es gibt bislang keine Aktivitäten, die auf die (Saal-)Straße und den Platz an der Kirche zielen. Die Beteiligung an Veranstaltungen (Bsp. Weihnachtsmarkt, Altstadtfest) ist bisher im Jahreskalender nicht vorgesehen.

7.5 Selbstverständnis

a) Information

Die Besucherinformation ist wesentlich auf den Printbereich mittels Flyern und Plakaten beschränkt.

Eine Information über das Internet ist derzeit nicht abrufbar.

Die Kenntnisse der Mitarbeitenden über Gemeinden und Kirchenkreis sind unterschiedlich groß und speisen sich allenfalls aus Selbstbildung und Erfahrungswissen.

Die Schaufenster dienen neben der Buchpräsentation zur Saalstraße hin (z. Zt. dekoriert von der Buchhandlung Steen) überwiegend als Anschläge für Plakate.

Äußerlich entsteht der Eindruck eines Ladengeschäftes mit Buchverkauf und Schaukastenangebot. Diese Anmutung wird für Passanten durch die Bezeichnung „Laden“ (gleichbedeutend mit Geschäft) verstärkt.

b) Kommunikation

Die kleine Gruppe der Mitarbeitenden ist nach ihren Kräften und Gaben zu Gesprächen bereit. Seit dem Weggang der ausgebildeten Seelsorgerin 2013 fehlt es indes an entsprechender Gesprächsausbildung, an begleitender Supervision und Fortbildung.

Der Raum ist während der Öffnungszeiten für Gespräche unter vier Augen kaum geeignet. Kommt es zu einem Gespräch, wirkt der Raum für weitere Besucher blockiert.

Grundsätzlich ist zu fragen, mit wem und wie im und mit dem Raum und mit welchen personalen Kompetenzen kommuniziert werden soll.

c) Verkauf

Buch- und christlicher Kleinwarenverkauf sind – in Abstimmung mit der Buchhandlung Steen und anderen Kleinanbietern – im Kirchenladen sichtbar verankert.

Obwohl dieser Bereich besonders gepflegt wird und von den Ehrenamtlichen angemessen betreut werden kann, stellt sich hier am deutlichsten die Frage nach Alleinstellungsmerkmalen, die den Kirchenladen unverwechselbar machen können.

Schlussfolgerungen

Obwohl sich der „Kirchen“-Laden von der unmittelbaren kommerziellen Straßenumgebung thematisch deutlich abhebt, wurde in der Analyse des aktuellen Erscheinungsbildes deutlich, dass die Angebote von Information, Kommunikation und Verkauf, wie sie derzeit aufrecht erhalten werden, sich in einem allgemeinen Spektrum bewegen, das wenig Spezifisches anzubieten hat und von anderen Anbietern teilweise besser geleistet werden kann (bspw. Verkauf in der Buchhandlung Steen, Information in der Stadtkirche und in der Tourist-Information, Kommunikation im Pfarramt oder in der Diakonieberatungsstelle).

Das bislang praktizierte Mischangebot von Gespräch, Verkauf, Präsentation ist für potentielle Besucher schwer einzuordnen. Da ein thematisches Programmangebot, ein Veranstaltungsprofil und ein Leitbild fehlen, bleibt unklar, welche Botschaft vermittelt werden soll.

8. Konkrete Zielbestimmung

Ausgehend von den bisherigen Schwerpunkten und Beobachtungen sollen Vorschläge entwickelt werden, die Alleinstellungsmerkmale des Kirchenladens herausstellen können.

Dabei sollen die Fragen zurücktreten: Was wollen *wir* zur Kenntnis geben? Was wollen *wir* kommunizieren? Was wollen *wir* verkaufen? und die dazu bislang entwickelten Antworten zu Gunsten der Frage nach den *Zielgruppen und Personen die zum „Dialog“ eingeladen werden sollen*.

Es geht darum, die Fragen und Bedürfnisse potentieller Besucher aufzunehmen:

Was erwarten heute Menschen in Jena von einem Ort, in dem – außerhalb von herkömmlichen Kirchengebäuden – Angebote zum Leben und Glauben gemacht werden?

Wie kann sich der Kirchenladen als zum Nähertreten anregendes „Schaufenster“ in das „Geheimnis des Glaubens“ präsentieren?

Wie kann eine Brücke zwischen (Kirchen-)Jahreslauf und Lebenslauf geschlagen werden?

9. Ziel- und Dialoggruppen

Der Kirchenladen soll Menschen ansprechen und zum Dialog einladen,

- die früher Erfahrungen mit Kirche gemacht haben und sich neu mit Kirche beschäftigen wollen
- die für Lebenssituationen und Lebensstationen Begleitriten wünschen
- die als Mitglieder der Kerngemeinde im Kirchenladen finden, was sie in ihrer Gemeinde nicht bekommen (können).
- die elementare Informationen über den Glauben und Anknüpfungen für die alltägliche Praxis suchen
- die zur Altersgruppe der 30 bis 75-Jährigen gehören (oder sich noch so jung fühlen)

10. Kommunikationsziele

Besucher des Kirchenladens

- finden Anknüpfungspunkte zum Glauben der Kirche
- erfahren etwas über christliche Werte
- lernen die Werthaltigkeit christlicher Rituale kennen

- lernen Kirche als anregenden Kulturraum kennen
- gewinnen eine positive Grundeinstellung zur Kirche
- erleben, dass das, was in der Kirche passiert, für sie relevant ist
- entwickeln Interesse für die weitere Beschäftigung mit Glaubens- und Lebensfragen
- die Mitglieder der Kerngemeinde sind, erhalten Dinge, die sie in ihren Gemeinden nicht bekommen (können)

11. Fokussierungen

Im Kommunikationssetting aus kognitiven, emotionalen und handlungsorientierten Ebenen werden Passanten und Besucher zuerst auf der emotionalen Ebene angesprochen.

Dieser Zugang folgt der Einsicht, dass aus positiven emotionalen Affekten weitere Schritte zum Erwerb von Kenntnissen und zu aktivem Tun folgen.

Auf der Grundlage der Analysen über Grenzen und Möglichkeiten des Kirchenladens werden folgende Ansatzpunkte für die Kommunikation des Kirchenladens gesetzt.

11.1 Schaufenster

Die Schaufenster sind das hervorgehobenste Element des Kirchenladens. An ihrer Gestaltung entscheidet sich, ob man nähertritt, neugierig wird, eintritt.

Sie sollen, der vornehmlichen Aufgabe des Kirchenladens entsprechend, „Raumöffner“ und Einweiser in das „Geheimnis des Glaubens“ sein.

Eine mögliche Detail eines solchen Zugangs wäre beispielsweise eine Tafel / ein Display mit täglich wechselnden „Sprüchen“, die zum Nachdenken anregen, die neugierig machen, die durch den Tag begleiten und die am nächsten Tag „mit Spannung erwartet werden“.

Beispiele:

„Ihr seid das Salz der Erde“ - hat Ihr Leben die richtige Würze?

„Ihr seid das Licht der Welt“ - haben Sie es heute schon leuchten lassen?

„Und ob ich schon wanderte im finstern Tal, fürchte ich kein Unglück, denn Du bist bei mir“ - auch im November.

„Von guten Mächten wunderbar geborgen“ - kommen Sie gut durch den Tag! ...

11.2 Raumgestaltung - Spiegel und Tür zum Glauben

Die Schaufenstergestaltung und die sinnliche Einführung in den Glauben durch die bewusste Kunst der Raumgestaltung stehen als „Gesamtkunstwerk“ in einer ästhetischen und inhaltlichen Korrespondenz.

Die konzeptionelle Durchdringung des Raumes als „ganzheitlichem“ Erlebnis- und Erkenntnisraum soll durch wechselnde thematische Angebote aus dem Bereich der christlichen und religiösen Tradition (Kirchenjahr, Sakramente, Liturgie, Kunst) erfolgen. Die Schaufenster- und die Raumgestaltung sollen diese thematischen Angebote fragenorientiert, lebenspraktisch, kreativ, künstlerisch, multimedial und dialogorientiert zur Darstellung bringen.

Beispiele für Raumpräsentation:

- „Abendmahl / Gründonnerstag“ (s. Gestaltung Uta Lemke, 2010)
- Taufe (s. Impulse der „Taufausstellung“ / Magdeburg 2006)
- Advent ist Ankunft (wo kann man ankommen?)
- Weihnachten ist mehr als ein Familienfest
- Epiphania - Weihnachten leuchtet weiter
- Fastenzeit- Aktion „7 Wochen ohne“
- Passion - Leid und Schmerz sind „allgegenwärtig“ - was trägt und tröstet
- Ostern - Lebens- und Glaubenssieg, Schöpfungsschönheit im Frühling
- Pfingsten - das „unbekannte“ Fest, ein Beistand / Anwalt wird uns zur Seite gestellt
- Trinitatis - $1+1+1=1$ Dreieinigkeit = Ganzheitlichkeit (dazu gibt es viele Ikonendarstellungen)
- Der „Sommer spannt die Segel“ („... und schmückt sich dem zum Lob, der Lilienfeld und Vögel zu Gleichnissen erhob), Ruhezeiten, Innehalten, Urlaub, Seele auftanken
- Schule und Arbeit – Tätigkeitsfelder, Anforderungen – Gott ist mit uns („Mein Arbeit hilf vollbringen ...“)
- Erntedank - noch modern? Wir haben Grund zum Danken!
- Ewigkeitssonntag / Totensonntag - Geborgen in Gottes Hand

Gestaltungen und Ideenausbau könnten u.a. in Schülerprojekten des CGJ oder in Christenlehre- und Konfirmandengruppen mitentwickelt werden. „Talentierte“ Gemeindeglieder, die gern gestalten, sollen sich einbringen.

Professionelle Workshops für Gestaltung werden für Interessierte angeboten. Themenwerbung kann u. a. in Kirchenblättern erfolgen.

11.3 Information

Die Informationen zu Ansprechpartnern, Einrichtungen des Kirchenkreises und zu Veranstaltungen im Kirchenkreis eröffnen nach dem „Ankommen“ im Kirchenladen Schritte zu gemeindlichen, lebensweltlichen und kulturellen Lebensäußerungen des christlichen Glaubens. Die mündlichen und gedruckten Informationen sollen durch die Mitarbeitenden sachkundig und individuell gegeben werden können.

Der Kirchenladen ist darauf angewiesen, dass Informationen aus Gemeinden und Einrichtungen professionell und ansprechend erstellt und zugearbeitet werden. Das Kirchenblatt und die Informationsblätter der einzelnen Sprengel sind eine wichtige Basis der Informationsweitergabe.

11.4 Verkauf / Marketing

Der Verkauf wird auf Dinge konzentriert, die die lokale christliche Identität abbilden. Die Angebotspalette soll vorwiegend aus besonderen Produkten bestehen, die an anderer Stelle nicht erhältlich sind.

Ideen:

- Produkte aus Schokolade (relativ hohe „Entwicklungs- und Anschaffungskosten“):
 - „Michaelstaler“
 - Luthergrabplatte
 - Schillerkonfekt o. Schillertaler o. „Schillerglocke“
 - Friedens-Engel
- Postkarten mit Bezug zur Stadtkirche u.ä. (im Selbstverlag, s. Kirchenladen Weimer; preisgünstig, hier sind Kreativität und „Know-how“ gefragt, um tatsächlich etwas Besonderes herauszugeben)
- Kunstpostkarten, z. B. die von Jan Biertümpfel / Jena Nord (existieren schon - eventuell in Kommission, d.h. ohne direkte „Anschaffungskosten“)
- Kalender (z. B. vom Kirchbauverein)
- Taufkerzen (rel. geringe Materialkosten)
- (Bienenwachs-)Kerzen von Fr. Rackow aus Jena-Nord (eventuell in Kommission)
- Fotopuzzle (mit Stadtkirchenmotiv o.a.) (hohe Anschaffungskosten)

- Memory mit Motiven aus der Stadt und aus der Stadtkirche wie Kerzenständer, Säulenkapitelle, Epitaphien, Altardetail usw. (rel. hohe Anschaffungskosten)
- Quartettkartenspiel mit Motiven der Kirchen in der Stadt oder Inventar (Druck und Herstellung könnten auch bei der Diakonie oder in anderen sozialen Projekten erfolgen)
- Keramik (Kerzenständer, Leuchter, Weinkelche, Taufleuchter (Töpferei Reichmann o.a.) (eventuell in Kommission)
- wiederverwendbare Weinflaschenkorken mit kleiner Figur (Engel oder Michael) (rel. hohe Anschaffungskosten)
- Tasse aus Kahlaer Porzellan mit Motiv Lutherrose, Michael o.ä. (rel. hohe Anschaffungskosten)

Darüber hinaus soll ein ausgewähltes kirchenjahreszeitliches (Ostern, Weihnachten) und ein an christlichen Lebensstationen (Taufe, Konfirmation Trauung, Beerdigung) orientiertes Angebot vorgehalten werden.

Eine große Zahl dieser Produkte ist ohne große Investitionskosten realisierbar.

Der Verkauf von Konzertkarten gehört zum Service.

11.5 Aktionen

Der Kirchenladen eignet sich als zentraler Anlaufpunkt für gemeinwohlorientierte Aktionen, die zeitlich begrenzt und thematisch klar umrissen durchgeführt werden.

Er hat sich bereits als Sammelstation von Päckchen im Rahmen der Aktion „Weihnachten im Schuhkarton“ bewährt.

Durch die Beteiligung an Veranstaltungen wie dem Weihnachtsmarkt oder dem Altstadtfest kann der Kirchenladen deutlicher in die öffentliche Wahrnehmung rücken.

11.6 Kirchentagsbüro 2017

Der Kirchenladen wird Kirchentagsbüro des vom 25. bis 27. Mai 2017 stattfindenden „Kirchentags auf dem Weg“ in Jena.

Bis dahin fungiert der Kirchenladen bereits als Kontakt- und Infostelle für die Stadt und den Kirchenkreis Jena im Projekt „Reformationsstädte Europas“ der Gemeinschaft Evangelischer Kirchen in Europa (GEKE).

11.7 Werbung

a) Name

Bei Unkundigen stellen sich beim Namen Kirchenladen Assoziationen zu einem Verkaufsladen ein. Die Bezeichnung soll mittels eines Findungsprozesses durch einen anderen, möglichst originellen Namen (s. „Café 13“ der Diakonie in der Neugasse) ersetzt werden, wie z. B. „Kirchenfenster“.

b) Logo

Die Entwicklung eines Logos unterstützt die öffentliche Wiedererkennung und trägt zur Identifikation bei.

c) Internetauftritt

Der Kirchenladen wird mit seinem Angebot über einen Link und einen eigenen Auftritt auf der neu im Aufbau befindlichen Website des Kirchenkreises Jena zu erreichen sein.

d) Außenwerbung

Wegen der verschatteten Lage des Kirchenladens sind – neben der Schaufenstergestaltung - besondere Aktivitäten zur besseren Wahrnehmbarkeit notwendig. Folgende Möglichkeiten der Außenwerbung bieten sich u.a. an:

- Namenszug in professioneller Schriftgestaltung
- Straßenaufsteller
- Hängeschild
- Blumenschmuck / Blumentöpfe
- Display
- LED-Kerzen

Für die Außendarstellung des Kirchenladens können Kreative eingebunden werden (Eine Idee unter vielen möglichen: CGJ-Projekt Entwicklung eines Medienauftrittes des Kirchenladens).

11.8 Teambildung und Mitarbeiterschulung

Als wesentliches Mittel zur Umsetzung wird die Förderung und Erweiterung eines ehrenamtlichen Teams von ausgewiesenen und geschulten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gesehen. Das ist durch einen Förderplan zu untersetzen.

11.9 Personal (hauptamtlich)

Für die zu leistende Gestaltungs- und Führungsarbeit ist ein/e hauptamtliche Mitarbeiter/in notwendig.

Die Stelle kann als

- a) Anstellung auf Honorarbasis
- b) Minijob
- c) Teilstelle (im Umfang Minijobstelle)
- d) Stelle im Bundesfreiwilligendienst
- e) 0,5 VbE-Stelle zusammen mit City-Kirchen-Arbeit

beschrieben werden.

Die/der Stelleninhaber/in soll idealerweise theologische und (sozial- oder religions-)pädagogische Befähigungen besitzen.

Für die Tätigkeit ist eine Arbeitsplatzbeschreibung zu erstellen.

11.10 Interne Kommunikation

Um Konzept und Arbeitsweise im Team zu verankern und zur Teambildung beizutragen, sind regelmäßige Arbeitsbesprechungen und Jour fixe durchzuführen. Weitere Vorschläge:

- „Kaffeestammtisch“ der Mitarbeitenden mit Feedback: Was ist gut gelaufen? Besonderheiten und „Vorkommnisse“, Fragen, Besucheranfragen im Besprechungszeitraum, neue Arbeitsvorhaben, konkrete Umsetzungsmodalitäten
- Inhouse-Lehrgang zur Arbeit mit dem PC, angepasst auf konkrete Arbeitsanforderungen
- Mitarbeiterausflug in größeren Abständen (Besuch eines Kirchenladens oder eines Citykirchenprojektes in einer anderen Stadt) o. a. gemeinsame Freizeitaktivitäten
- Als Dankeschön kostenlose Eintrittskarten (z.B. 1-2mal jährlich) für Musikveranstaltungen der Kantorei (Weihnachtskonzert, Passionsmusiken usw.) bzw. der „Offenen Kirche“.

11.11 Öffnungszeiten

Der Kirchenladen soll – bis auf sonntags - tägliche Kernöffnungszeiten von 10.00-12.00 und von 15.00 bis 18.00 Uhr haben.

12. Kosten- und Finanzierungsplan (ohne Personal)

Ausgaben	Monatlich	Jährlich
Miete	450,- €	5.400,- €
Telefon / Internet	40,- €	480,- €

Investitionen (neu)	150,-	1.800,- €
<u>Sachkosten</u>	<u>35,- €</u>	<u>420,- €</u>
Gesamt	675,- €	8.100,- €

12. Finanzierungsplan

Finanzierung	Monatlich	Jährlich
Kirchenkreis Jena	200,- €	2.400,- €
Kirchengemeinde Jena	100,- €	1.200,- €
Umsatzertrag	300,- €	3.600,- €
<u>Kirchenkreiskollekte</u>		<u>900,- €</u>
Gesamt		8.100,- €

Der Kirchenladen kann unter den bisherigen Rahmenbedingungen – unter Einschluss fördernder Investitionen – kostendeckend weitergeführt werden.

Für eine professionelle Ausgestaltung und Weiterentwicklung bedarf es freilich einer ständigen Führung und Begleitung.

Die folgend aufgeführten Personalkosten für eine Honorar-, Minijob- oder ähnliche Anstellung können aktuell nicht gegenfinanziert werden.

13. Personalkosten

Ausgaben	ca. 1.000,- €	12.000,- €
-----------------	---------------	------------

14. Freundeskreis

Die Vorstellung der Konzeption auf der Kreissynode am 25. April 2015 wird mit der Ankündigung der Gründung eines Freundeskreises verbunden.

Die Gründungs- und Auftaktveranstaltung ist für Sonntag, 27.9.15, geplant im Anschluss an den Gottesdienst, mit einem kleinen Fest zwischen Stadtkirche und Kirchenladen.

Die Mitglieder des Freundeskreises verpflichten sich zu einem freiwilligen jährlichen Beitrag.

Die Mitglieder des Freundeskreises bringen ihr Engagement gabenorientiert ein („Kreative“ – „Fundraiser“ – „Wirtschafter“ – „Verwalter“ – „Erwachsenenbildner“ u. a.).

Die Arbeit des Freundeskreises ist zunächst auf eine Erprobungszeit von zwei Jahren befristet.

Der Kirchenladen soll zum „Kirchentag auf dem Weg“ in Jena und Weimar vom 25. bis 27. Mai 2017 als Kirchentagsbüro zur Verfügung stehen.

Im Sommer 2017 erfolgt eine Evaluation der Arbeit durch den Freundeskreis und den Kirchenkreis.

Der Freundeskreis unterstützt Maßnahmen, die

- die Gesamtkonzeption und Leitbild
- die zukunftsfähige Bewirtschaftung
- die inhaltliche Raumgestaltung
- die Außenwerbung des Kirchenladens
- die Gewinnung und Fortbildung von Ehrenamtlichen

fördern.

Der Freundeskreis erschließt zusätzliche Finanzierungsquellen

(bspw. Thüringer Ehrenamtsstiftung; Kirchenstiftung St. Michael Jena; EKM-Fonds Reformationsjubiläum, Missionarische Projekte, Gemeindliche Erprobungsräume; VELKD-Fonds in der Reformationsdekade).

Der Freundeskreis unterstützt den Aufbau von Kooperationsbeziehungen

(Christliches Gymnasium Jena; Diakonie Ostthüringen, Jenaer Arbeitsgemeinschaft christlicher Kirchen usw.).

Ziel ist eine inhaltlich und finanziell nachhaltige Aufwertung des Kirchenladens, die auf einen Weiterbetrieb nach 2017 angelegt ist.

15. Umsetzung

27.9.15

Offizielle Auftaktveranstaltung für den Freundeskreis

Oktober - Dezember 2015

Überarbeitung der Konzeption („Information – Kommunikation – Verkauf“)

Planung von Spenden- und Fördermittelaquise

Planung von Schritten für die Einführung eines erneuerten Profils

Planung der Öffentlichkeitsarbeit (Außenwerbung, Internet, Printmedien)

Gewinnung von ehrenamtlich Mitarbeitenden

Januar - März 2016

Neugestaltung der Außendarstellung, des Schaufensters, des Innenraums

Stärkung und Fortbildung der Ehrenamtlichen (Teambildung, Auskunftsfähigkeit, Computer)

Beteiligung an Straßensammelaktion u. ä.

April - Juni 2016

Überarbeitung und Erweiterung des Verkaufsangebotes (Blickpunkt „Alleinstellung“)

Erweiterung der Öffnungszeiten

Juli – September 2016

Beteiligung am Altstadtfest mit eigener Aktion

Oktober – Dezember 2016

Mitwirkung an der Aktion „Weihnachten im Schuhkarton“

Beteiligung am Weihnachtsmarkt

Januar - Mai 2017

Vorbereitung und Beteiligung am „Kirchentag auf dem Weg“ in Jena und Weimar, 25.-27.5.17

Juni – September 2017

Überprüfung:

- Ansprache der Zielgruppen
- Missionarische Erkennbarkeit
- Wirtschaftliche Tragfähigkeit

16. Evaluation

Der Kreiskirchenrat des Kirchenkreises Jena beruft einen Beirat, der die programmbezogene, wirtschaftliche und personale Entwicklung des Kirchenlandes begleitet.

Dem Beirat sollen angehören:

- Der Öffentlichkeitsreferent des Kirchenkreises Jena
- Ein Mitglied des Gemeindegemeinderates der Stadtkirchengemeinde Jena
- Ein/e Vertreter/in der Evangelischen Erwachsenenbildung

- Ein/e Vertreter/in des Gesamtmitarbeiterkonvents

Für den Beirat kann, wenn vom Kreiskirchenrat gefordert, eine Aufgabenbeschreibung / Satzung erarbeitet werden (Umsetzung: Oktober - Dezember 2015).

Jena, 21. 4. 2015

Arbeitsgruppe Kirchenladen

Dr. Sabine Köhler, Franziska Rohner, Katharina Elsässer, Helga Drafehn,
Thoralf Kühne, Ralf Kleist, Dr. Christa Kunert, Rainer Engelhardt, Sebastian
Neuß