



Sinnstiftermag ist ein:

- Magazin, das zweimal im Jahr über Kirche und Kommunikation reflektiert
- Projekt im Schnittbereich kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit und werblicher Kommunikation
- Radar zur Ortung interessanter Themen und Menschen im kirchlich-medialen Umfeld



Bild: © ingimage.com

Die neunzehnte Ausgabe von sinnstiftermag erscheint im Frühjahr 2015. Klicken Sie sich wieder ein!

raus/rein: Wie Kirche Mitgliederbindung und Kampagnen für den Wiedereintritt betreiben kann

Die achtzehnte Ausgabe von sinnstiftermag

Auf den ersten Blick sind Kirche und Marketing – besonders Werbung – zwei verschiedene Welten: Die Botschaft der Nächstenliebe ist keine Ware, die beliebig reduziert im Schlussverkauf angepriesen wird. Gläubige sind keine Kunden, die man mit Lockvogel-Angeboten und falschen Versprechen in die Läden ködert. Priester sind keine Werbefachleute, die ein geschultes Auge für Marketingstrategien oder Markenführung besitzen. Und doch haben beide Welten eines gemeinsam: sie sind abhängig von Bedarf und Nachfrage, Loyalität und Zufriedenheit. Sowohl Kunden als auch Gläubige bestimmen, wie erfolgreich ein Unternehmen – wie erfolgreich Kirche ist. Und wenn man komplexe Marketingbegriffe in den Alltag überträgt, wird deutlich, dass noch mehr Schnittstellen zwischen Marketing und Kirche existieren: Das Unternehmensmanagement beschreibt die Gemeindearbeit, die Kundenbindung den Gottesdienst und das Loyalitätsmarketing die Seelsorge. Warum haben Kirchenleute und Gemeinden also immer noch so große Berührungspunkte mit Werbung und Beratung durch Marketingspezialisten? Was hindert Pastoren oder Priester an der Beauftragung einer Werbeagentur? Oder an der Gestaltung eines Fragebogens für einen besseren Gottesdienst? Und warum scheinen beide Welten so unvereinbar? Irreführend könnte das momentane Image der Absatzwirtschaft sein, die hauptsächlich auf Kapital und Vermarktung setzt. Besonders in der Weihnachtszeit sind die Werbeanzeigen grell und TV-Spots laut und alles andere als besinnlich oder gar christlich. Doch was kann Kirche tun, um in dieser grellen, lauten Welt nicht unterzugehen? Betrachtet man Non-Profit-Aktionen und Fundraising-Organisationen, kann man durchaus zu der Erkenntnis kommen, dass es auch im Marketing Nächstenliebe und eine Zukunft für kirchliche Institutionen jenseits des Mitgliederschwunds gibt.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

Ihre sinnstiftermag-Redaktion

NACH OBEN



ÜBERSICHT | EDITORIAL | TITELSTORY | INTERVIEW | STATEMENTS | ÜBER DIE AUTOREN

