



Evangelisch-Lutherische
Kirche in Norddeutschland

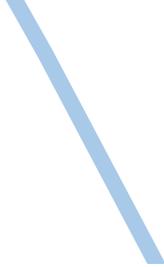
aserto:

Wir begleiten bei
richtungweisenden
Entscheidungen

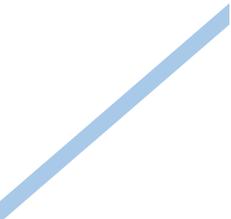
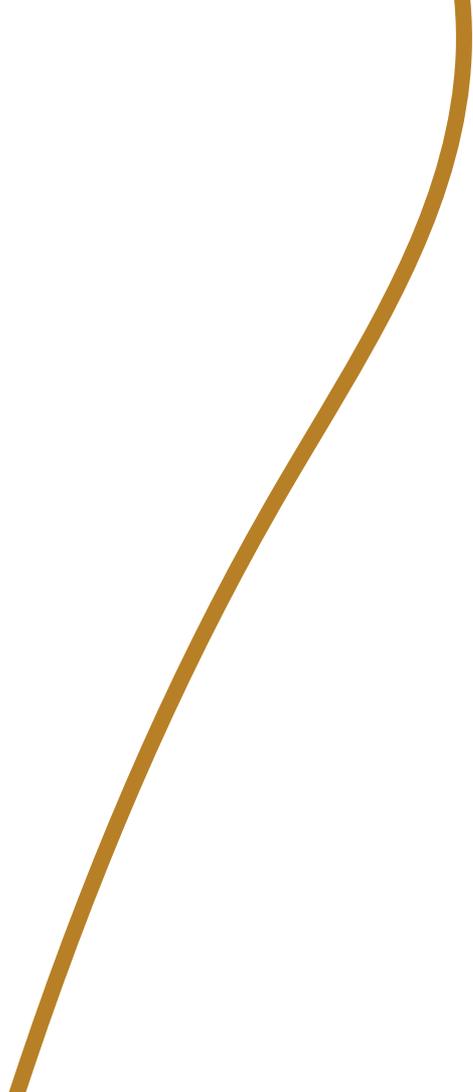
Zielgruppe Mitglieder

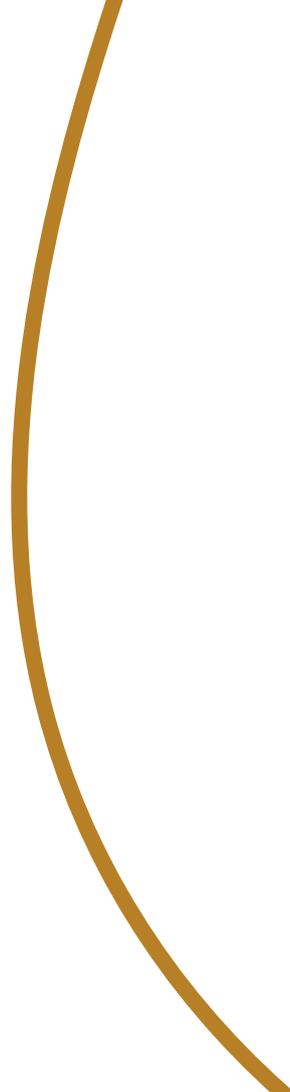
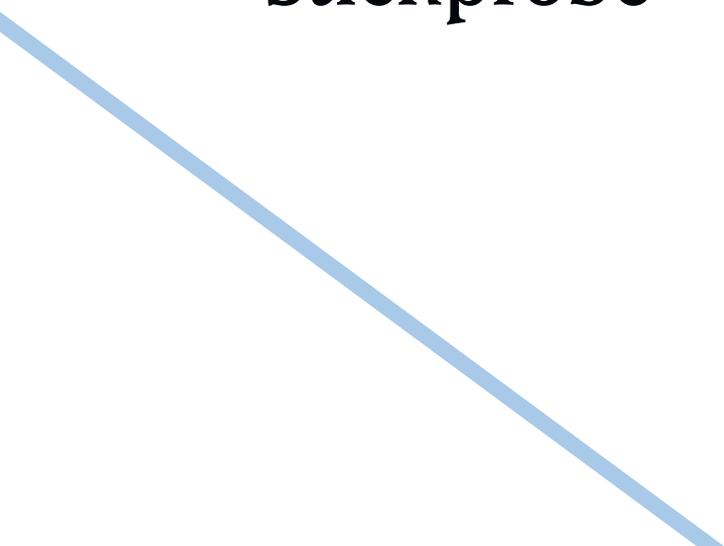
Wer sie sind, was sie sich von uns wünschen, wie wir sie erreichen | März 2023

Lars Harden (Geschäftsführer), Nadja Reiners (Data-Scientist)



Agenda

- 1 Ziele, Vorgehen und Stichprobe
 - 2 Die Neokonservativ-Religiösen
 - 3 Die Religiös-Verbundenen
 - 4 Die stillen Befürworter
 - 5 Die Selbstreflektierten
 - 6 Die Onliner mit Ich-Bezug
 - 7 Die klimabewussten Verweigerer
- 
- 



Ziele, Vorgehen und Stichprobe

Ziele und Vorgehen

Ziele

- | **Evidente Grundlage** für strategische Überlegungen der Landeskirche – mit Schwerpunkt Kommunikation – schaffen
- | Entwicklung einer **Mitglieder-Typologie** mit Blick auf:
 - | Nutzung (kirchlicher) Medien
 - | Identifikation relevanter Themenfelder
 - | Abbild der Lebenswirklichkeit der Mitglieder

Vorgehen

- | **Methode:** Repräsentative Befragung von 1.000 Mitgliedern der Nordkirche ab 18 Jahren.
 - | **Onlinebefragung im Panel**
 - | Befragungszeitraum: 23.01. bis 06.02.2023
 - | Teilnehmende: 500 Mitglieder
 - | **CATI (Computer Assisted Telephone Interview)**
 - | Befragungszeitraum: 16.01. bis 18.02.2023
 - | Teilnehmende: 500 Mitglieder

Hinweise für die gesamte Präsentation:

- | Sofern nicht anders angegeben, sind die Angaben „Weiß nicht“ und „Keine Angabe“ ausgeschlossen.
- | Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt.
- | Die Daten wurden nachträglich entsprechend der Grundgesamtheit der Mitglieder der Nordkirche (hinsichtlich der Merkmale Alter und Geschlecht; Stand 31.12.2022) gewichtet (ausgeschlossen wurden Personen bis 17 Jahre).

Die Stichprobe

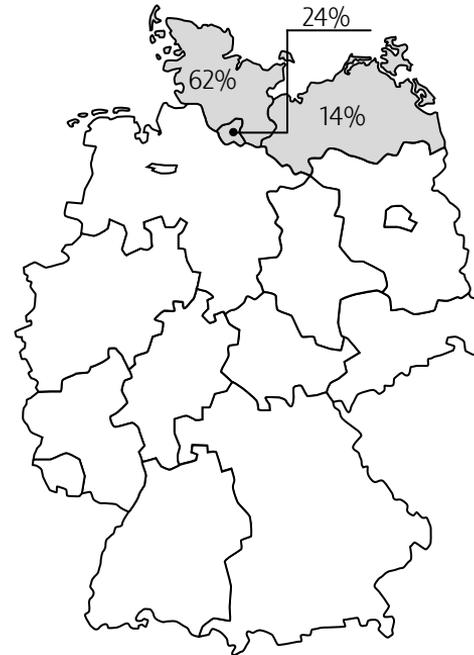
Geschlecht

| | |
|----------|-----|
| Männlich | 42% |
| Weiblich | 58% |

Altersgruppen

| | |
|--------------------|-----|
| 18 bis 29 Jahre | 16% |
| 30 bis 39 Jahre | 13% |
| 40 bis 49 Jahre | 12% |
| 50 bis 59 Jahre | 17% |
| 60 bis 69 Jahre | 15% |
| 70 bis 79 Jahre | 12% |
| 80 Jahre und älter | 15% |

Altersdurchschnitt **54 Jahre**



Fragen: Welchem Geschlecht ordnen Sie sich zu? | Wie alt sind Sie? | In welchem Bundesland leben Sie?

Basis: 1.000 Befragte

Hinweise zur Interpretation einer Typologie

- | Eine **Typologie** ist ein **methodisches Hilfsmittel**, um Personen zusammenzufassen, die in **ausgewählten Merkmalen** (z. B. die Mediennutzung, Themeninteressen) **Ähnlichkeiten** aufweisen.
- | Die **Gruppenelemente** sind möglichst **homogen**. Die **Gruppen untereinander** möglichst **verschieden**.
- | Da es nicht möglich ist, die Mitglieder der Nordkirche in all ihren einzelnen Facetten und Persönlichkeitsmerkmalen zu erfassen, wird die **Typologie zur Komplexitätsreduktion** angewendet.
- | Was dazu führt, dass die **Typen abstrakt und zugespitzt** dargestellt werden und sie für die weitere Arbeit **mit weiteren Informationen aufgefüllt und konkretisiert** werden können.

- | **Aber...**
- | Mithilfe der Typologie schaffen wir eine **evidente Grundlage** für die Planung **zielgruppenspezifischer Kommunikationsmaßnahmen** der Nordkirche mit ihren Mitgliedern.
- | Zudem liefert diese Studie eine **Annäherung an die Beschreibung der Mitgliedschaft** hinsichtlich der Merkmale: Themeninteressen, Mediennutzung, Kommunikationsbedürfnissen, Soziodemografie und vieles mehr.

Wozu kann diese Studie einen Betrag leisten?

1. **Mitgliederkommunikation** wird in Zukunft die **zentrale Rolle** in der kirchlichen Kommunikation spielen.
2. **Kirchliche Kommunikation** wird einen Paradigmenwechsel erleben: **Von der Absender- zur Adressatenorientierung**.
3. Wir werden **Mitglieder** sehr **differenziert ansprechen** müssen.
4. Themen, Kanäle und Interaktionsformen werden sich **an den Bedürfnissen der Mitglieder orientieren** müssen.
5. Je differenzierter Themen, Kanäle und Zielgruppen sind, desto wichtiger sind **klare Ziele und eine klare Identität**.
6. Aufgrund der massiven Traditionsabbrüche wird **Medienkommunikation** für die die allermeisten Mitglieder **der einzige Kontakt zu ihrer Kirche** werden.
7. Wir wissen viel zu wenig über unsere Mitglieder und müssen unseren **Wissenspool dauerhaft erweitern**.
8. **Kirchliche Kommunikation bewegt sich in einer Blase**, gerade Cluster am Rand müssen viel besser kennengelernt werden.
9. **Mitgliederkommunikation** wird **Kirchenaustritte** nicht verhindern aber in Summe **verlangsamen**.
10. Der Verlust an "Huckepack-Medien" (öffentlich-rechtlich, Regionalzeitungen) wird **neue Bemühungen um "Owned Media" notwendig machen**.

Typologie | Beschreibung

| | Die Neo-konservativ-Religiösen |
|--|--------------------------------|
| Affinität für Print-Nachrichten | +++ |
| Affinität für Print-Unterhaltung | +++ |
| Affinität für öffentlich-rechtliche Medien | + |
| Affinität für Social Media | +++ |
| Affinität für Streaming | +++ |
| Progressivität | - |
| Klima, Nachhaltigkeit und Sozialpolitik | - |
| Schuld, Vergebung und Seelsorge | + |
| Praktiken (Meditation, Fasten, Pilgern) | + |
| Gebet und Bibel | ++ |
| Hilfsangebote und Aufklärung | - |
| Institution und prägende Feiertage | - |

Lesebeispiel:

Die Neokonservativ-Religiösen haben eine **ausgeprägte Affinität für Print- und soziale Medien**. Die Nutzung von **Unterhaltungsmedien** (wie z. B. Boulevardzeitungen, unterhaltende Illustrierte, privates Fernsehen) sowie **Streaming-Dienste** (inkl. Podcasts) ist ebenfalls hoch.

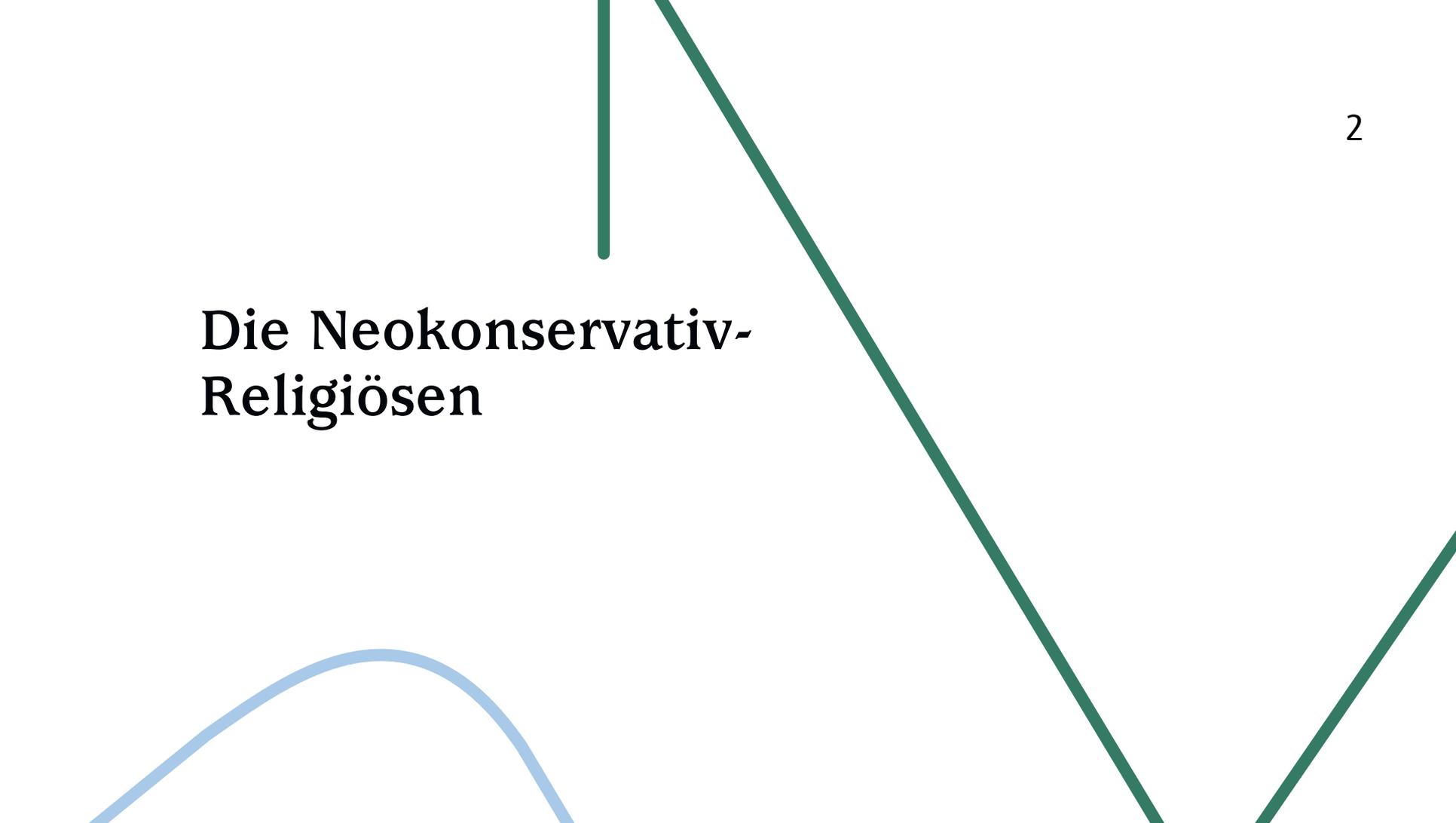
Sie haben insgesamt eine **konservative Werteeinstellung** und interessieren sich für **Themen wie Gebet und Bibel**.

Basis: Die Stärke der Ausprägungen wird mit Hilfe der Zeichen --- (für besonders schwach) bis +++ (für besonders stark) ausgewiesen.

Typologie | Übersicht

| | Die Neo-konservativ-Religiösen | Die Religiös-Verbundenen | Die stillen Befürworter | Die Selbst-reflektierten | Die Onliner mit Ich-Bezug | Die klima-bewussten Verweigerer |
|--|--------------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------------|
| Affinität für Print-Nachrichten | +++ | + | + | - | -- | + |
| Affinität für Print-Unterhaltung | +++ | - | - | - | - | - |
| Affinität für öffentlich-rechtliche Medien | + | + | ++ | - | -- | + |
| Affinität für Social Media | +++ | -- | -- | + | + | - |
| Affinität für Streaming | +++ | -- | -- | ++ | + | - |
| Progressivität | - | + | - | + | - | + |
| Klima, Nachhaltigkeit und Sozialpolitik | - | + | + | - | -- | ++ |
| Schuld, Vergebung und Seelsorge | + | +++ | ++ | -- | - | -- |
| Praktiken (Meditation, Fasten, Pilgern) | + | ++ | - | +++ | - | - |
| Gebet und Bibel | ++ | +++ | -- | - | - | - |
| Hilfsangebote und Aufklärung | - | + | +++ | + | - | -- |
| Institution und prägende Feiertage | - | ++ | + | - | - | + |
| Gruppengroßen | (9 %) | (14 %) | (12 %) | (15 %) | (28 %) | (22 %) |

Basis: Die Stärke der Ausprägungen wird mit Hilfe der Zeichen --- (für besonders schwach) bis +++ (für besonders stark) ausgewiesen.



Die Neokonservativ- Religiösen

Die Neokonservativ-Religiösen | Steckbrief

Familienstand

ledig (45 %) | verheiratet (48 %)

Kinder im Haushalt

unter 12 Jahre (38 %) | zwischen 12 und 18 Jahren (32 %)

Berufliche Stellung

leitend angestellt (16 %) | angestellt (44 %)

Haushaltsnettoeinkommen

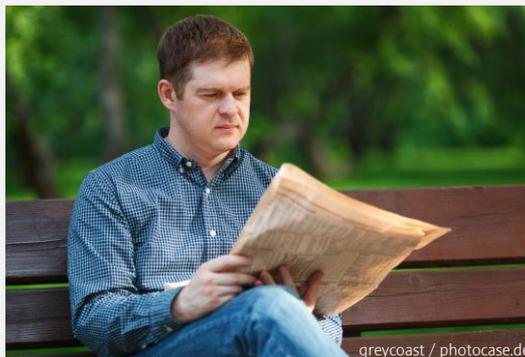
4.000 € bis unter 5.000 € (19 %) | 5.000 € und mehr (14 %)

Bildungsabschluss

Abitur/Fachhochschulreife (38 %) | Hochschulabschluss (29 %) | Promotion (3 %)

In kirchlicher/diakonischer Trägerschaft

ehrenamtlich tätig (41 %)



Geschlecht

Männlich (65 %)

Altersdurchschnitt

37 Jahre

Wohnort

Großstadt (40 %)

Religiosität Selbsteinschätzung

„sehr religiös“ + „eher religiös“ (51 %)

Verbundenheit zur Kirchengemeinde

„sehr verbunden“ + „eher verbunden“ (66 %)

Engagement

mind. eine Beteiligung am kirchlichen Leben (51 %)

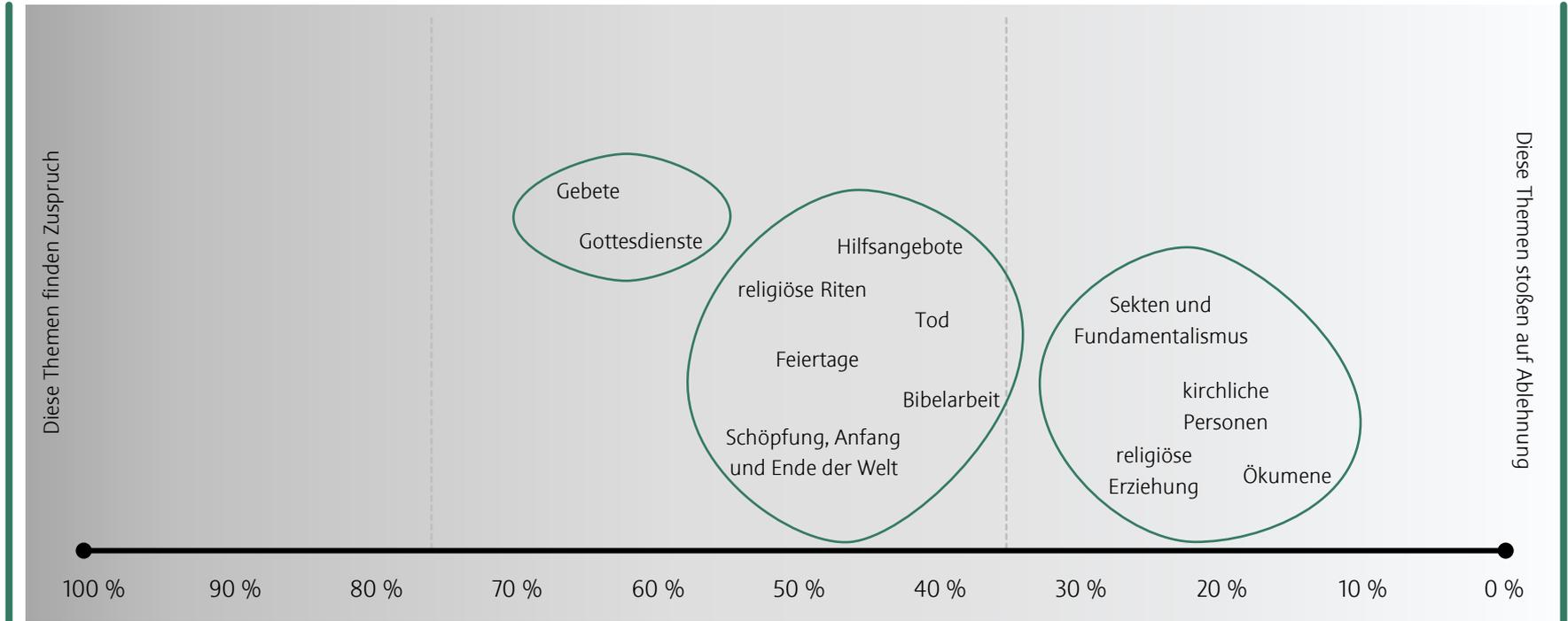
Austrittswahrscheinlichkeit

„sehr unwahrscheinlich“ + „eher unwahrscheinlich“ (67 %)



Für 25 % ist der zeitnahe Austritt sehr oder eher wahrscheinlich. Ein Grund hierfür ist, Kirchensteuern zu sparen (60 %).

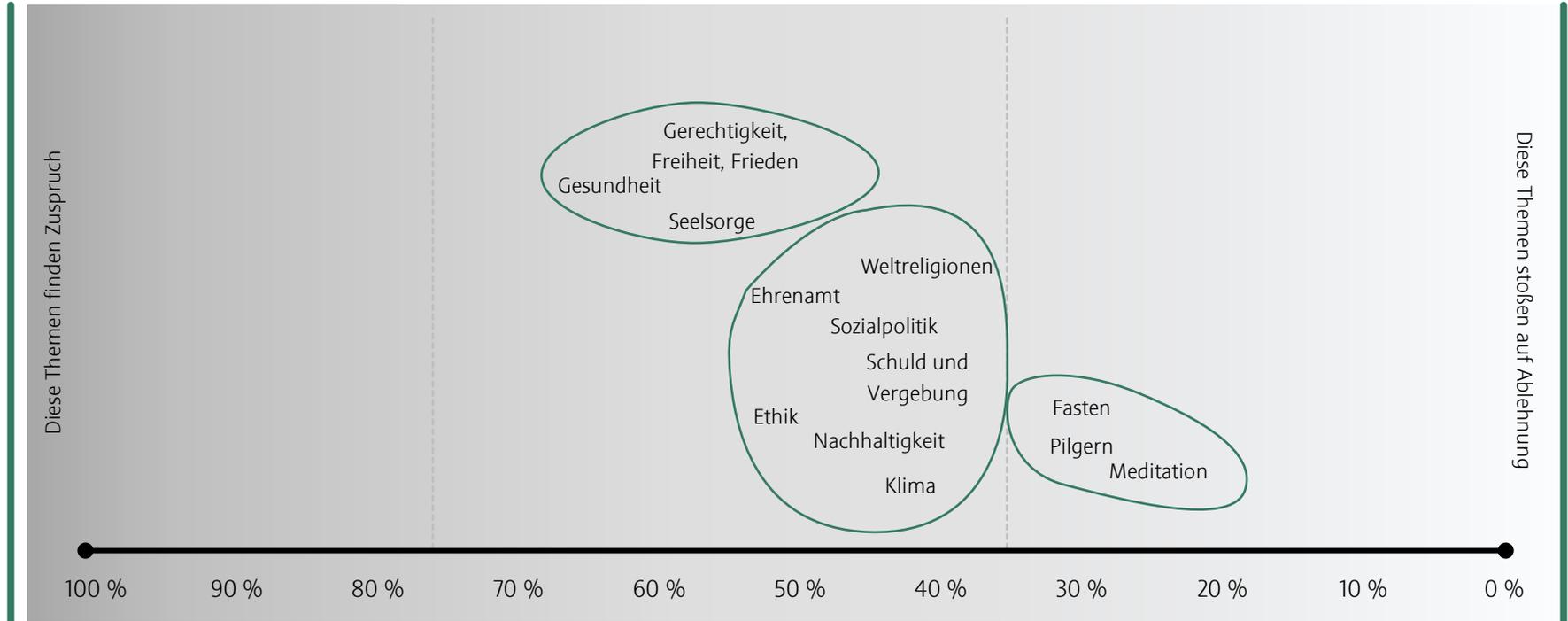
Themeninteressen | Kirche und Religion



Frage: Die Themen Kirche und Religion sind vielfältig. Wir würden gern wissen, welche der folgenden Themen für Sie besonders interessant sind.

Basis: 88 Neokonservativ-Religiöse | Mehrfachauswahl möglich

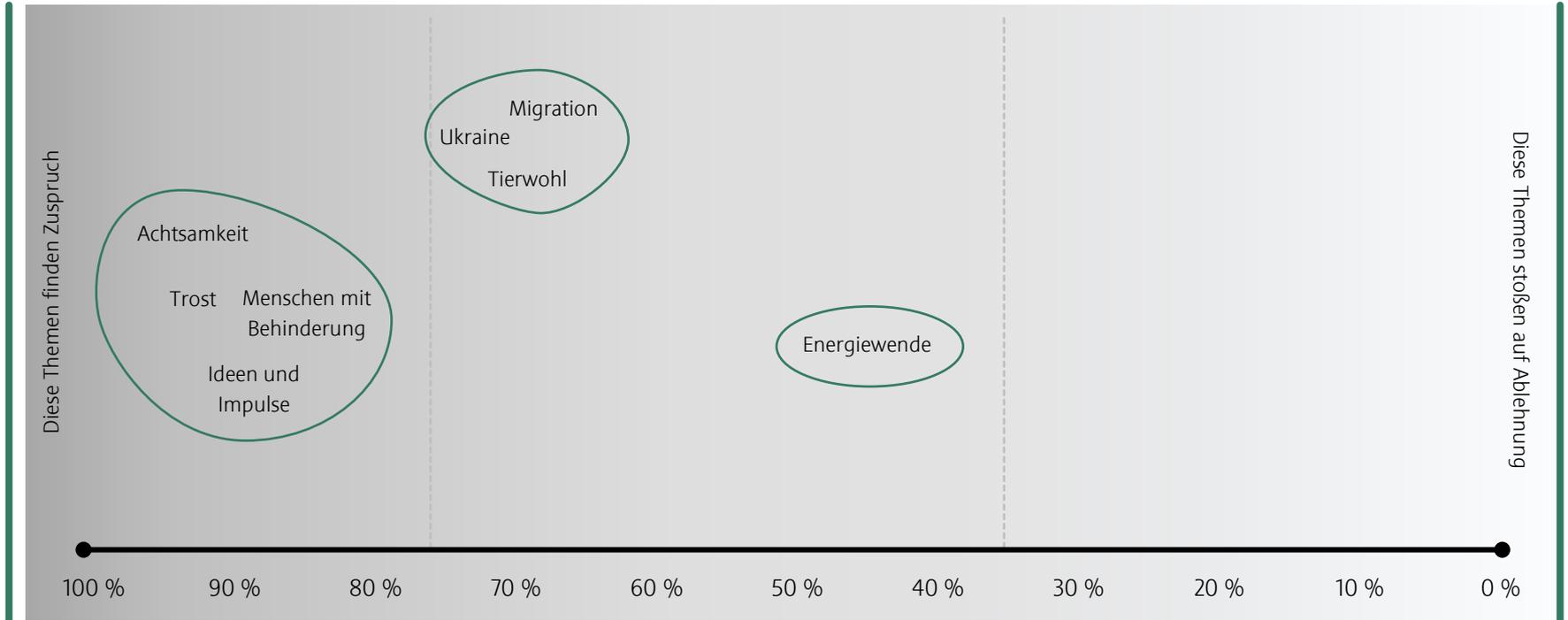
Themeninteressen | Sinnthemen



Frage: Und wie sieht es mit den folgenden Themen aus? Welche Themen interessieren Sie hier besonders?

Basis: 88 Neokonservativ-Religiöse | Mehrfachauswahl möglich

Themenerwartungen an die Kirche



Frage: Ist es Ihnen wichtig, dass sich die Kirche zu folgenden Themen äußert?

Basis: 88 Neokonservativ-Religiöse | Mehrfachauswahl möglich

Über welche Medien können wir diese Personen erreichen? | Teil 1

Mediennutzung (Print, Hörfunk und TV)

| | |
|---|------|
| Streaming-Dienste | 95 % |
| Öffentlich-rechtliches Fernsehen und entsprechende Mediatheken | 94 % |
| Privates Fernsehen und entsprechende Mediatheken | 91 % |
| Lokale/regionale Tageszeitungen | 90 % |
| Radiosender des NDR oder anderer öffentlich-rechtlicher Anstalten | 89 % |
| Politische Wochenzeitungen und Magazine* | 87 % |
| Anzeigenblätter* | 82 % |
| Private Radiosender | 81 % |
| Magazine und Fachzeitschriften* | 81 % |
| Boulevardzeitungen | 73 % |
| Überregionale Tageszeitungen | 72 % |
| Unterhaltende Illustrierte* | 72 % |

Mediennutzung (Online)

| | |
|---|------|
| YouTube | 98 % |
| Online Nachrichten Medien (kostenlos) | 93 % |
| Instagram | 86 % |
| Facebook | 84 % |
| Podcasts | 79 % |
| TikTok | 65 % |
| Online Nachrichten Medien (kostenpflichtig) | 55 % |
| Twitter | 43 % |

Fragen: Wie oft nutzen Sie privat die folgenden Medien? | Wie sieht es mit den folgenden Medien aus? | Und zuletzt: Wie oft nutzen Sie privat die folgenden Online-Medien?

Basis: 88 Neokonservativ-Religiöse | Dargestellt ist die Ausprägung mind. mehrfach die Woche bzw. *gelegentlich.

Über welche Medien können wir diese Personen erreichen? | Teil 2

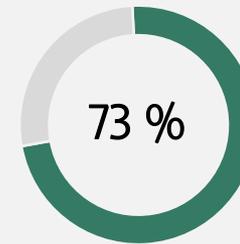
Mediennutzung (Medien der Kirche)*

| | |
|--|------|
| Gemeindebrief vor Ort | 59 % |
| Fernsehgottesdienst in der ARD/DasErste | 44 % |
| Kirchenzeitung der Nordkirche (Evangelische Zeitung) | 28 % |
| <hr/> | |
| Ich nutze keine Medien oder Kanäle der Kirche | 21 % |

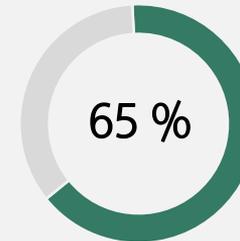
Zuletzt etwas zum Thema Kirche wahrgenommen*

| | |
|----------------|------|
| Soziale Medien | 56 % |
| Tageszeitungen | 51 % |
| Gemeindebrief | 43 % |
| <hr/> | |
| Keine davon | 6 % |

Kommunikationsbedürfnisse**



informieren sich am liebsten selbst über Themen der Kirche und/oder die Gemeinde.



möchten gerne unaufgefordert über Aktivitäten in ihrer Kirche und Gemeinde **informiert werden.**

Fragen: Uns interessiert nun, welche Medien und Kanäle der Kirche Sie nutzen. | In welchen Medien haben Sie in den letzten drei Monaten etwas zum Thema bzw. über die Kirche ganz allgemein wahrgenommen? | Bitte geben Sie an, wie stark Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Basis: 88 Neokonservativ-Religiöse | * Mehrfachauswahl möglich | ** Dargestellt sind die Top-2-Werte (Zusammenfassung der Angaben „stimme voll und ganz zu“ + „stimme eher zu“).

Besondere Merkmale | Teil 1

| | Die Neokonservativ-Religiösen | Gesamte Stichprobe | | Die Neokonservativ-Religiösen | Gesamte Stichprobe |
|---|-------------------------------|--------------------|---|-------------------------------|--------------------|
| Kontaktanlässe in den vergangenen 12 Monaten | | | Mitgliedschaft in der Kirche Ich bin Mitglied in der Kirche, weil...** | | |
| Gottesdienst an einem Feiertag | 84 % | 47 % | ... Kirchengebäude im Dorf- bzw. Stadtbild nicht fehlen dürfen. | 78 % | 52 % |
| Gottesdienst an einem normalen Sonntag | 69 % | 33 % | ... sie wichtige ethische Werte vertritt. | 76 % | 51 % |
| Kasualien (Taufe, Konfirmation, Trauung und Beerdigung) | 80 % | 59 % | ... ich einmal kirchlich bestattet werden möchte. | 75 % | 48 % |
| Austausch über religiöse/kirchliche Themen* | 82 % | 52 % | ... sie etwas für Arme, Kranke und Bedürftige tut. | 74 % | 55 % |
| Familie | 59 % | 28 % | ... mir der christliche Glaube etwas bedeutet. | 73 % | 51 % |
| Freunde; Bekannte | 53 % | 28 % | ... sie zum Zusammenhalt der Gesellschaft beiträgt. | 70 % | 49 % |

Fragen: Zu welchen Anlässen waren Sie in den letzten 12 Monaten in der Kirche? | Tauschen Sie sich regelmäßig mit anderen Personen über kirchliche bzw. religiöse Themen aus? Wenn ja, mit wem? | Es kann ja ganz unterschiedliche Gründe haben, weshalb man Mitglied in der Kirche ist. Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?

Basis: 88 Neokonservativ-Religiöse | * Mehrfachauswahl möglich | ** Dargestellt sind die Top-2-Werte (Zusammenfassung der Angaben „trifft voll und ganz zu“ + „trifft eher zu“). | Markiert sind Unterschiede ab 15 Prozent zur gesamten Stichprobe.

Besondere Merkmale | Teil 2

| | Die Neokonservativ-Religiösen | Gesamte Stichprobe |
|--|-------------------------------|--------------------|
| Gründe für Verbundenheit* | | |
| Gemeindefarbeit (z. B. Gottesdienst, Jugend- und Seniorengruppen) | 70 % | 77 % |
| Krankenhäuser | 62 % | 60 % |
| Hilfe für gesellschaftlich benachteiligte Gruppen | 60 % | 78 % |
| Soziales Engagement* | 66 % | 46 % |
| In einer kirchlichen oder religiösen Organisation oder Gruppe | 28 % | 10 % |
| In einem Verein (z. B. Feuerwehr, Sport) | 28 % | 30 % |
| In einer Partei, einem Interessenverband, einer Schülervertretung | 27 % | 11 % |
| In einer nichtstaatlichen Organisation (z. B. Greenpeace, Amnesty International) | 27 % | 13 % |

| | Die Neokonservativ-Religiösen | Gesamte Stichprobe |
|---|-------------------------------|--------------------|
| Gesellschaftlich-progressive Themen** | | |
| Bei der Umstellung auf alternative Energiequellen (Wind, Sonne) müssen wir in Deutschland das Tempo erhöhen. | 83 % | 76 % |
| Der straffreie Abbruch einer Schwangerschaft muss unbedingt weiterhin gewährleistet sein. | 82 % | 84 % |
| Eine weitere Laufzeitverlängerung deutscher Atomkraftwerke wäre sinnvoll. | 57 % | 37 % |
| Die Zuwanderung nach Deutschland von Geflüchteten muss begrenzt werden. | 56 % | 37 % |
| Es ist wichtig, Fragen zu Geschlecht und Identität (LGBTQ+) stärker als bislang zu behandeln. | 54 % | 36 % |
| „Gendern“ (also das Einschließen aller Geschlechter) in der Sprache sollte eine Selbstverständlichkeit sein. | 36 % | 27 % |

Fragen: Wo sollte sich die Kirche Ihrer Meinung nach ganz besonders engagieren? | Beteiligen Sie sich in einer oder mehreren der folgenden Gruppen? | Im Folgenden geht es um einige gesellschaftlich kontrovers diskutierte Themen, zu denen man ganz unterschiedliche Meinungen haben kann. Wie stark stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Basis: 88 Neokonservativ-Religiöse | * Mehrfachauswahl möglich | ** Dargestellt sind die Top-2-Werte (Zusammenfassung der Angaben „stimme voll und ganz zu“ + „stimme eher zu“). | Markiert sind Unterschiede ab 15 Prozent zur gesamten Stichprobe.

Typologie | Übersicht

| | Die Neo-konservativ-Religiösen | Die Religiös-Verbundenen | Die stillen Befürworter | Die Selbst-reflektierten | Die Onliner mit Ich-Bezug | Die klima-bewussten Verweigerer |
|--|--------------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------------|
| Affinität für Print-Nachrichten | +++ | + | + | - | -- | + |
| Affinität für Print-Unterhaltung | +++ | - | - | - | - | - |
| Affinität für öffentlich-rechtliche Medien | + | + | ++ | - | -- | + |
| Affinität für Social Media | +++ | -- | -- | + | + | - |
| Affinität für Streaming | +++ | -- | -- | ++ | + | - |
| Progressivität | - | + | - | + | - | + |
| Klima, Nachhaltigkeit und Sozialpolitik | - | + | + | - | -- | ++ |
| Schuld, Vergebung und Seelsorge | + | +++ | ++ | -- | - | -- |
| Praktiken (Meditation, Fasten, Pilgern) | + | ++ | - | +++ | - | - |
| Gebet und Bibel | ++ | +++ | -- | - | - | - |
| Hilfsangebote und Aufklärung | - | + | +++ | + | - | -- |
| Institution und prägende Feiertage | - | ++ | + | - | - | + |
| Gruppengrößen | (9 %) | (14 %) | (12 %) | (15 %) | (28 %) | (22 %) |

Basis: Die Stärke der Ausprägungen wird mit Hilfe der Zeichen --- (für besonders schwach) bis +++ (für besonders stark) ausgewiesen.

Die Religiös- Verbundenen

Die Religiös-Verbundenen | Steckbrief

Familienstand

verheiratet (36 %) | verwitwet (30 %)

Kinder im Haushalt

unter 12 Jahre (6 %) | zwischen 12 und 18 Jahren (6 %)

Berufliche Stellung

Rentnerin/Rentner (57 %)

Haushaltsnettoeinkommen

1.000 € bis unter 2.000 € (38 %)

Bildungsabschluss

Realschulabschluss (30 %) | Hochschulabschluss (34 %)

In kirchlicher/diakonischer Trägerschaft

ehrenamtlich tätig (22 %)



Geschlecht

Weiblich (67 %)

Altersdurchschnitt

66 Jahre

Wohnort

Klein- und Mittelstadt (24 %) | ländliche Gegend (28 %)

Religiosität Selbsteinschätzung

„sehr religiös“ + „eher religiös“ (55 %)

Verbundenheit zur Kirchengemeinde

„sehr verbunden“ + „eher verbunden“ (51 %)

Engagement

mind. eine Beteiligung am kirchlichen Leben (38 %)

Austrittswahrscheinlichkeit

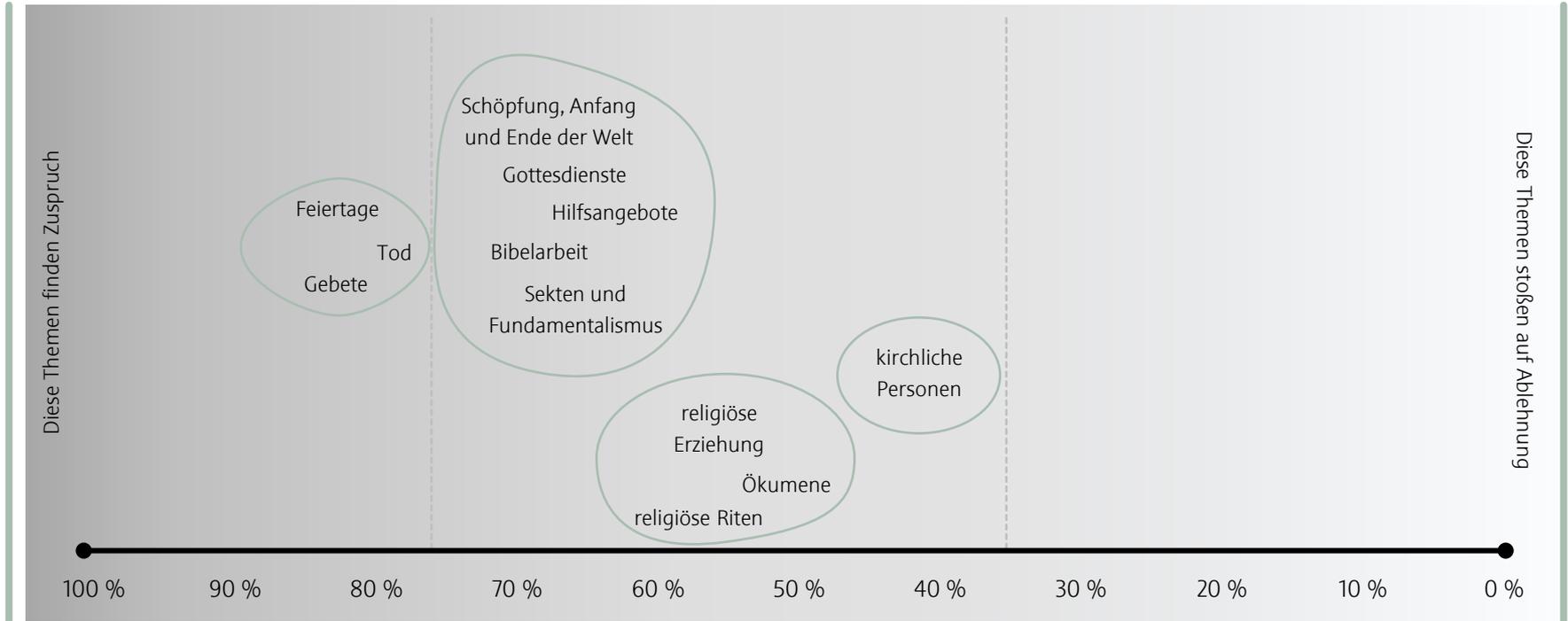
„sehr unwahrscheinlich“ + „eher unwahrscheinlich“ (87 %)



Für 4 % ist der zeitnahe Austritt sehr oder eher wahrscheinlich. Gründe hierfür sind, auch ohne Kirche christlich sein zu können (92 %) oder aufgrund von Skandalen in der Kirche (67 %).

Basis: 137 Religiös-Verbundene

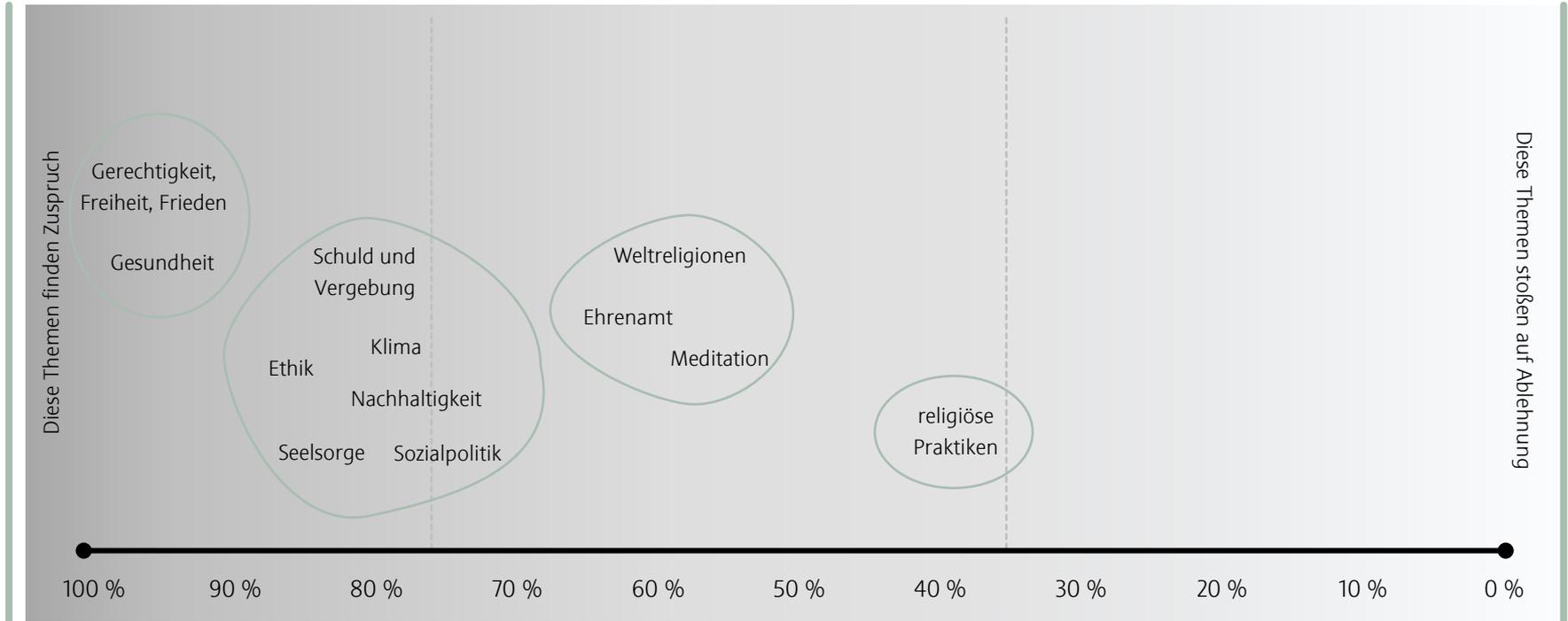
Themeninteressen | Kirche und Religion



Frage: Die Themen Kirche und Religion sind vielfältig. Wir würden gern wissen, welche der folgenden Themen für Sie besonders interessant sind.

Basis: 137 Religiös-Verbundene | Mehrfachauswahl möglich

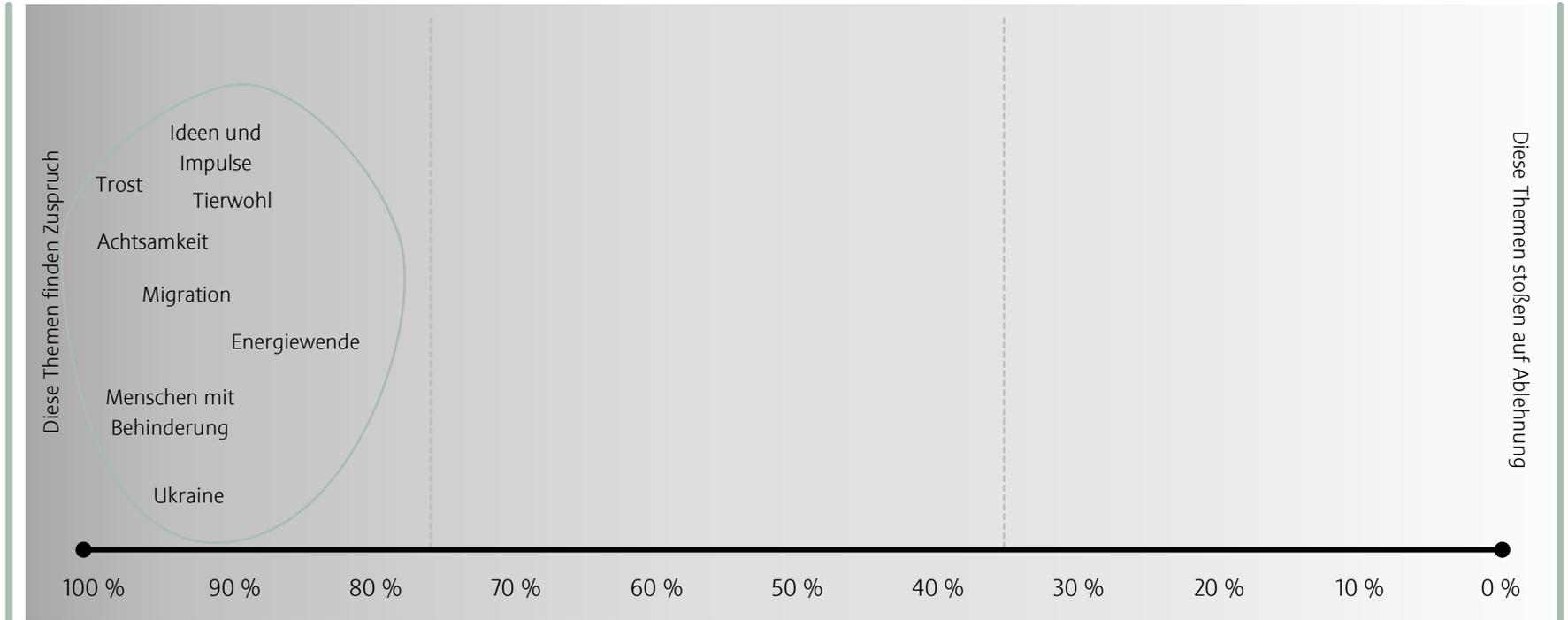
Themeninteressen | Sinnthemen



Frage: Und wie sieht es mit den folgenden Themen aus? Welche Themen interessieren Sie hier besonders?

Basis: 137 Religiös-Verbundene | Mehrfachauswahl möglich

Themenerwartungen an die Kirche



Frage: Ist es Ihnen wichtig, dass sich die Kirche zu folgenden Themen äußert?

Basis: 137 Religiös-Verbundene | Mehrfachauswahl möglich

Über welche Medien können wir diese Personen erreichen? | Teil 1

Mediennutzung (Print, Hörfunk und TV)

| | |
|---|------|
| Öffentlich-rechtliches Fernsehen und entsprechende Mediatheken | 88 % |
| Radiosender des NDR oder anderer öffentlich-rechtlicher Anstalten | 80 % |
| Lokale/regionale Tageszeitungen | 61 % |
| Anzeigenblätter* | 44 % |
| Magazine und Fachzeitschriften* | 44 % |
| Politische Wochenzeitungen und Magazine* | 39 % |
| Private Radiosender | 38 % |
| Privates Fernsehen und entsprechende Mediatheken | 36 % |
| Überregionale Tageszeitungen | 30 % |
| Unterhaltende Illustrierte* | 17 % |
| Streaming-Dienste | 17 % |
| Boulevardzeitungen | 6 % |

Mediennutzung (Online)

| | |
|---|------|
| Online Nachrichten Medien (kostenlos) | 53 % |
| YouTube | 37 % |
| Facebook | 24 % |
| Instagram | 14 % |
| Podcasts | 13 % |
| Online Nachrichten Medien (kostenpflichtig) | 6 % |
| Twitter | 3 % |
| TikTok | 1 % |

Fragen: Wie oft nutzen Sie privat die folgenden Medien? | Wie sieht es mit den folgenden Medien aus? | Und zuletzt: Wie oft nutzen Sie privat die folgenden Online-Medien?

Basis: 137 Religiös-Verbundene | Dargestellt ist die Ausprägung mind. mehrfach die Woche bzw. *gelegentlich.

Über welche Medien können wir diese Personen erreichen? | Teil 2

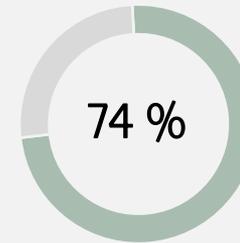
Mediennutzung (Medien der Kirche)*

| | |
|--|------|
| Gemeindebrief vor Ort | 44 % |
| Fernsehgottesdienst im ZDF | 24 % |
| Fernsehgottesdienst in der ARD/DasErste | 19 % |
| Kirchenzeitung der Nordkirche (Evangelische Zeitung) | 13 % |
| <hr/> | |
| Ich nutze keine Medien oder Kanäle der Kirche | 34 % |

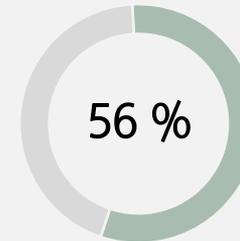
Zuletzt etwas zum Thema Kirche wahrgenommen*

| | |
|----------------|------|
| Fernsehsendung | 45 % |
| Tageszeitungen | 43 % |
| Radiobeitrag | 30 % |
| Gemeindebrief | 29 % |
| <hr/> | |
| Keine davon | 7 % |

Kommunikationsbedürfnisse**



informieren sich am liebsten selbst über Themen der Kirche und/oder die Gemeinde.



möchten gerne unaufgefordert über Aktivitäten in ihrer Kirche und Gemeinde **informiert werden.**

Fragen: Uns interessiert nun, welche Medien und Kanäle der Kirche Sie nutzen. | In welchen Medien haben Sie in den letzten drei Monaten etwas zum Thema bzw. über die Kirche ganz allgemein wahrgenommen? | Bitte geben Sie an, wie stark Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Basis: 137 Religiös-Verbundene | * Mehrfachauswahl möglich | ** Dargestellt sind die Top-2-Werte (Zusammenfassung der Angaben „stimme voll und ganz zu“ + „stimme eher zu“).

Besondere Merkmale | Teil 1

| | Die Religiös- Verbundenen | Gesamte Stichprobe |
|---|------------------------------|-----------------------|
| Kontaktanlässe in den vergangenen 12 Monaten | | |
| Gottesdienst an einem Feiertag | 61 % | 47 % |
| Gottesdienst an einem normalen Sonntag | 59 % | 33 % |
| Kasualien (Taufe, Konfirmation, Trauung und Beerdigung) | 61 % | 59 % |
| Austausch über religiöse/kirchliche Themen* | | |
| Freunde; Bekannte | 44 % | 28 % |
| Familie | 35 % | 28 % |

| | Die Religiös- Verbundenen | Gesamte Stichprobe |
|---|------------------------------|-----------------------|
| Mitgliedschaft in der Kirche Ich bin Mitglied in der Kirche, weil...** | | |
| ... mir der christliche Glaube etwas bedeutet | 79 % | 51 % |
| ... sie zum Zusammenhalt der Gesellschaft beiträgt. | 74 % | 49 % |
| ... sie etwas für Arme, Kranke und Bedürftige tut. | 73 % | 55 % |
| ... sie wichtige ethische Werte vertritt. | 70 % | 51 % |
| ... ich religiös bin. | 69 % | 36 % |

Fragen: Zu welchen Anlässen waren Sie in den letzten 12 Monaten in der Kirche? | Tauschen Sie sich regelmäßig mit anderen Personen über kirchliche bzw. religiöse Themen aus? Wenn ja, mit wem? | Es kann ja ganz unterschiedliche Gründe haben, weshalb man Mitglied in der Kirche ist. Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?

Basis: 137 Religiös-Verbundene | * Mehrfachauswahl möglich | ** Dargestellt sind die Top-2-Werte (Zusammenfassung der Angaben „trifft voll und ganz zu“ + „trifft eher zu“). | Markiert sind Unterschiede ab 15 Prozent zur gesamten Stichprobe.

Besondere Merkmale | Teil 2

| | Die Religiös- Verbundenen | Gesamte Stichprobe |
|--|------------------------------|-----------------------|
| Gründe für Verbundenheit* | | |
| Hilfe für gesellschaftlich benachteiligte Gruppen | 95 % | 78 % |
| Gemeindearbeit (z. B. Gottesdienst, Jugend- und Seniorengruppen) | 93 % | 77 % |
| Stärkung des christlichen Glaubens (z. B. Bibelarbeit, Hauskreise) | 88 % | 47 % |
| Entwicklungszusammenarbeit/Brot für die Welt | 85 % | 59 % |
| Soziales Engagement* | 57 % | 46 % |
| In einem Verein (z. B. Feuerwehr, Sport) | 31 % | 30 % |
| In einer kirchlichen oder religiösen Organisation oder Gruppe | 25 % | 10 % |

| | Die Religiös- Verbundenen | Gesamte Stichprobe |
|---|------------------------------|-----------------------|
| Gesellschaftlich-progressive Themen** | | |
| Bei der Umstellung auf alternative Energiequellen (Wind, Sonne) müssen wir in Deutschland das Tempo erhöhen. | 78 % | 76 % |
| Der straffreie Abbruch einer Schwangerschaft muss unbedingt weiterhin gewährleistet sein. | 77 % | 84 % |
| Eine weitere Laufzeitverlängerung deutscher Atomkraftwerke wäre sinnvoll. | 35 % | 37 % |
| Es ist wichtig, Fragen zu Geschlecht und Identität (LGBTQ+) stärker als bislang zu behandeln. | 33 % | 36 % |
| Die Zuwanderung nach Deutschland von Geflüchteten muss begrenzt werden. | 27 % | 37 % |
| „Gendern“ (also das Einschließen aller Geschlechter) in der Sprache sollte eine Selbstverständlichkeit sein. | 27 % | 27 % |

Fragen: Wo sollte sich die Kirche Ihrer Meinung nach ganz besonders engagieren? | Beteiligen Sie sich in einer oder mehreren der folgenden Gruppen? | Im Folgenden geht es um einige gesellschaftlich kontrovers diskutierte Themen, zu denen man ganz unterschiedliche Meinungen haben kann. Wie stark stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Basis: 137 Religiös-Verbundene | * Mehrfachauswahl möglich | ** Dargestellt sind die Top-2-Werte (Zusammenfassung der Angaben „stimme voll und ganz zu“ + „stimme eher zu“). | Markiert sind Unterschiede ab 15 Prozent zur gesamten Stichprobe.

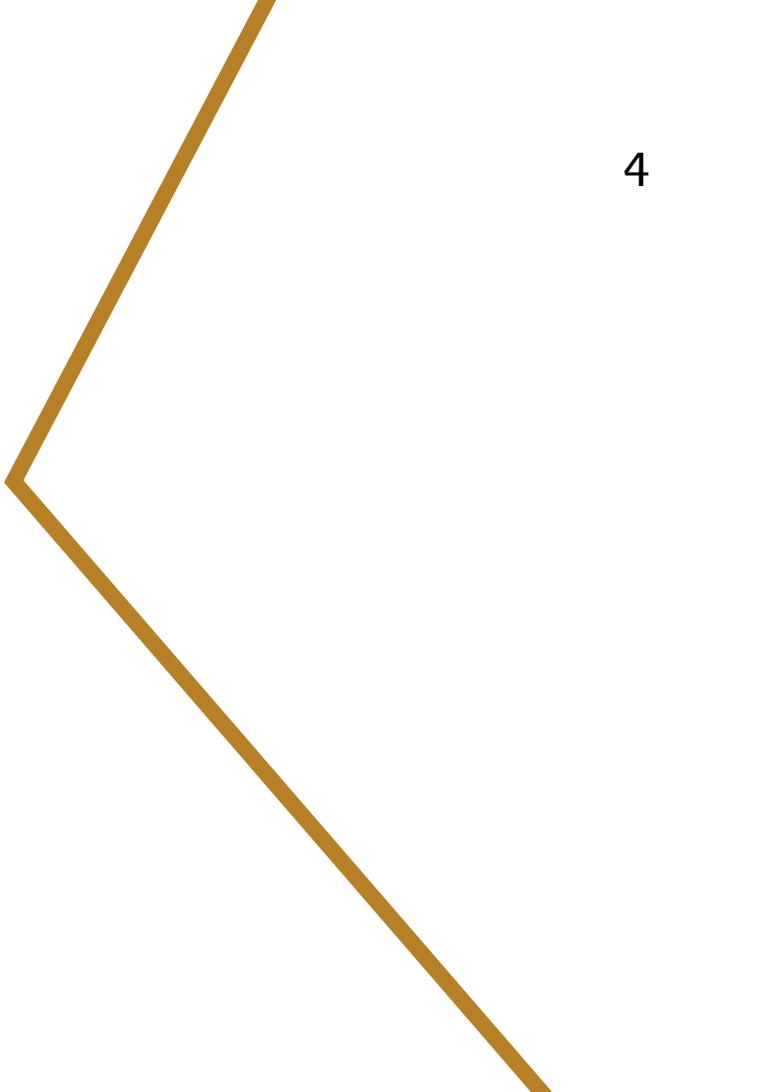
Typologie | Übersicht

| | Die Neo-konservativ-Religiösen | Die Religiös-Verbundenen | Die stillen Befürworter | Die Selbst-reflektierten | Die Onliner mit Ich-Bezug | Die klima-bewussten Verweigerer |
|--|--------------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------------|
| Affinität für Print-Nachrichten | +++ | + | + | - | -- | + |
| Affinität für Print-Unterhaltung | +++ | - | - | - | - | - |
| Affinität für öffentlich-rechtliche Medien | + | + | ++ | - | -- | + |
| Affinität für Social Media | +++ | -- | -- | + | + | - |
| Affinität für Streaming | +++ | -- | -- | ++ | + | - |
| Progressivität | - | + | - | + | - | + |
| Klima, Nachhaltigkeit und Sozialpolitik | - | + | + | - | -- | ++ |
| Schuld, Vergebung und Seelsorge | + | +++ | ++ | -- | - | -- |
| Praktiken (Meditation, Fasten, Pilgern) | + | ++ | - | +++ | - | - |
| Gebet und Bibel | ++ | +++ | -- | - | - | - |
| Hilfsangebote und Aufklärung | - | + | +++ | + | - | -- |
| Institution und prägende Feiertage | - | ++ | + | - | - | + |
| Gruppengroßen | (9 %) | (14 %) | (12 %) | (15 %) | (28 %) | (22 %) |

Basis: Die Stärke der Ausprägungen wird mit Hilfe der Zeichen --- (für besonders schwach) bis +++ (für besonders stark) ausgewiesen.



Die stillen Befürworter



Die stillen Befürworter | Steckbrief

Familienstand

verheiratet (42 %) | verwitwet (28 %)

Kinder im Haushalt

unter 12 Jahre (5 %) | zwischen 12 und 18 Jahren (9 %)

Berufliche Stellung

Rentnerin/Rentner (61 %)

Haushaltsnettoeinkommen

1.000 € bis unter 2.000 € (26 %) | 2.000 € bis unter 3.000 € (32 %)

Bildungsabschluss

Realschulabschluss (27 %) | Abitur/Fachhochschulreife (30 %) | Hochschulabschluss (26 %)

In kirchlicher/diakonischer Trägerschaft

ehrenamtlich tätig (11 %)



Geschlecht

Weiblich (58 %)

Altersdurchschnitt

66 Jahre

Wohnort

ländliche Gegend (35 %)

Religiosität Selbsteinschätzung

„sehr religiös“ + „eher religiös“ (23 %)

Verbundenheit zur Kirchengemeinde

„sehr verbunden“ + „eher verbunden“ (33 %)

Engagement

mind. eine Beteiligung am kirchlichen Leben (20 %)

Austrittswahrscheinlichkeit

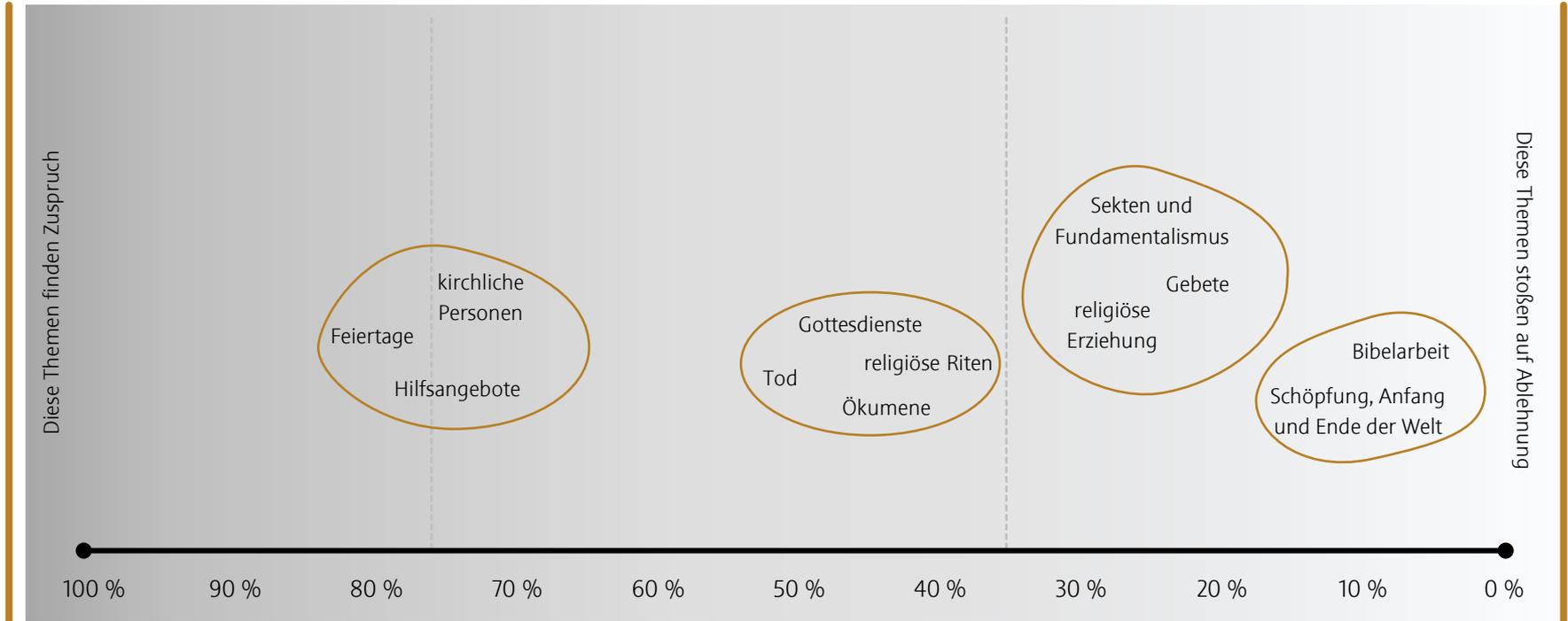
„sehr unwahrscheinlich“ + „eher unwahrscheinlich“ (92 %)



Für 3 % ist der zeitnahe Austritt sehr oder eher wahrscheinlich. Gründe hierfür sind, auch ohne Kirche christlich sein zu können (94 %) oder aufgrund von Skandalen in der Kirche (77 %).

Basis: 153 stille Befürworter

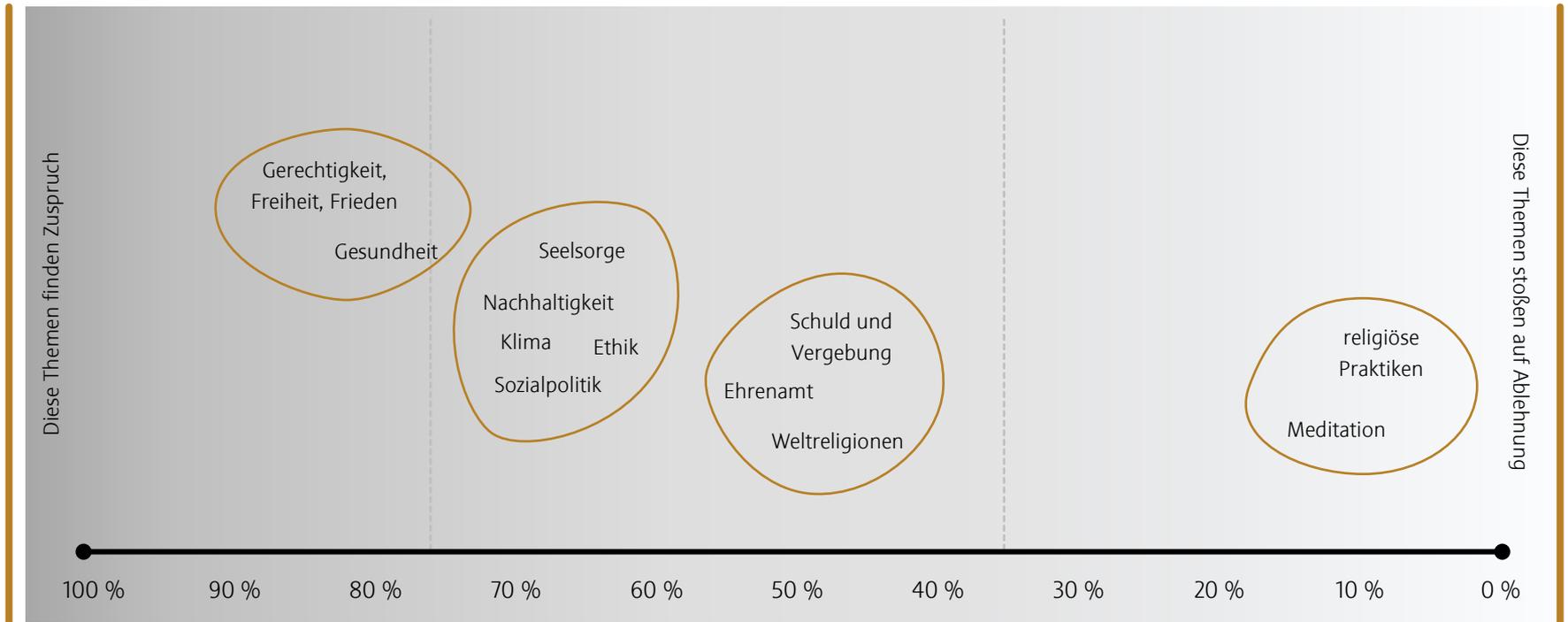
Themeninteressen | Kirche und Religion



Frage: Die Themen Kirche und Religion sind vielfältig. Wir würden gern wissen, welche der folgenden Themen für Sie besonders interessant sind.

Basis: 153 stille Befürworter | Mehrfachauswahl möglich

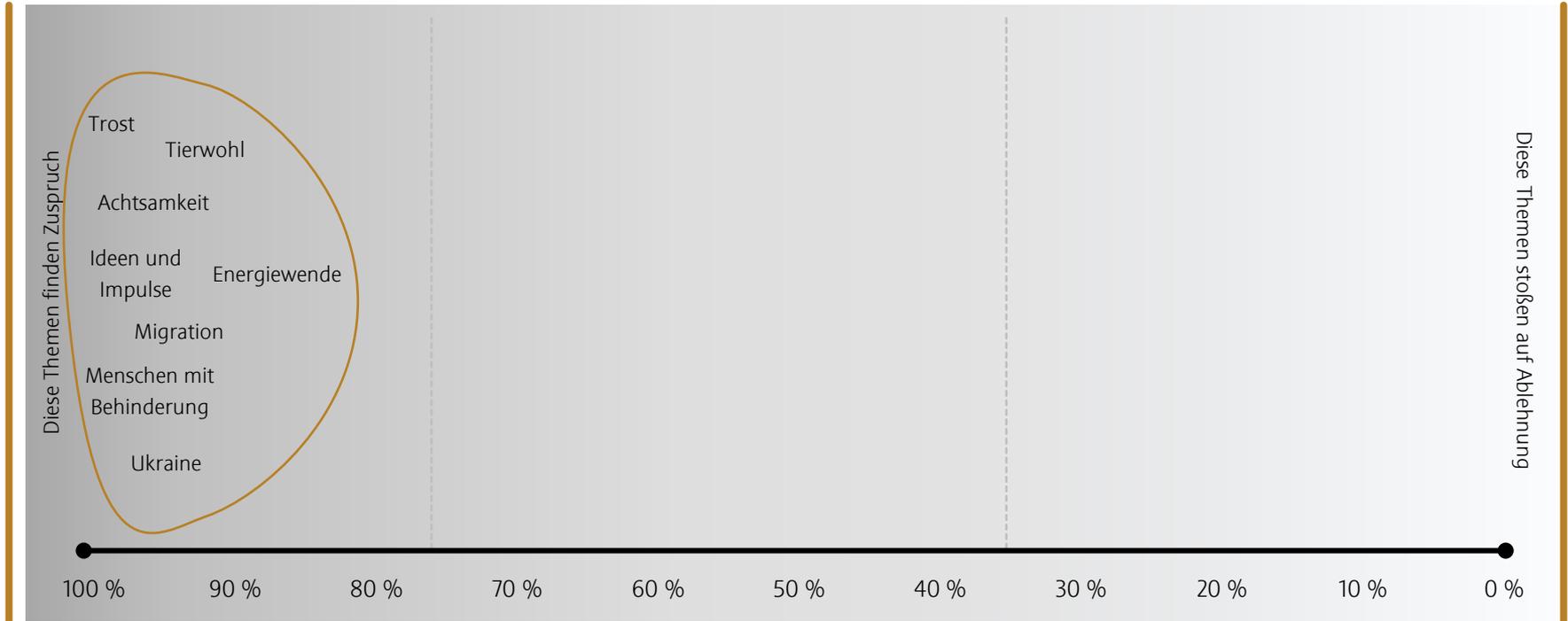
Themeninteressen | Sinnthemen



Frage: Und wie sieht es mit den folgenden Themen aus? Welche Themen interessieren Sie hier besonders?

Basis: 153 stille Befürworter | Mehrfachauswahl möglich

Themenerwartungen an die Kirche



Frage: Ist es Ihnen wichtig, dass sich die Kirche zu folgenden Themen äußert?

Basis: 153 stille Befürworter | Mehrfachauswahl möglich

Über welche Medien können wir diese Personen erreichen? | Teil 1

Mediennutzung (Print, Hörfunk und TV)

| | |
|---|------|
| Öffentlich-rechtliches Fernsehen und entsprechende Mediatheken | 93 % |
| Radiosender des NDR oder anderer öffentlich-rechtlicher Anstalten | 90 % |
| Lokale/regionale Tageszeitungen | 71 % |
| Anzeigenblätter* | 49 % |
| Privates Fernsehen und entsprechende Mediatheken | 49 % |
| Politische Wochenzeitungen und Magazine* | 46 % |
| Magazine und Fachzeitschriften* | 43 % |
| Private Radiosender | 42 % |
| Unterhaltende Illustrierte* | 33 % |
| Überregionale Tageszeitungen | 31 % |
| Streaming-Dienste | 24 % |
| Boulevardzeitungen | 5 % |

Mediennutzung (Online)

| | |
|---|------|
| Online Nachrichten Medien (kostenlos) | 51 % |
| YouTube | 25 % |
| Facebook | 18 % |
| Podcasts | 13 % |
| Instagram | 12 % |
| Online Nachrichten Medien (kostenpflichtig) | 6 % |
| Twitter | 5 % |
| TikTok | 1 % |

Fragen: Wie oft nutzen Sie privat die folgenden Medien? | Wie sieht es mit den folgenden Medien aus? | Und zuletzt: Wie oft nutzen Sie privat die folgenden Online-Medien?

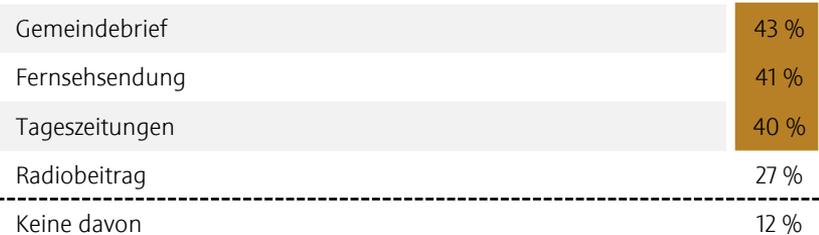
Basis: 153 stille Befürworter | Dargestellt ist die Ausprägung mind. mehrfach die Woche bzw. *gelegentlich.

Über welche Medien können wir diese Personen erreichen? | Teil 2

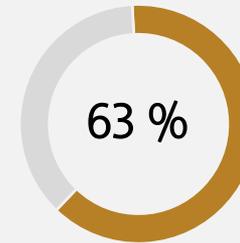
Mediennutzung (Medien der Kirche)*



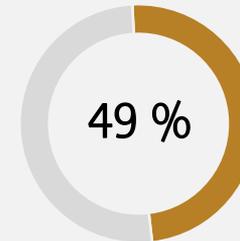
Zuletzt etwas zum Thema Kirche wahrgenommen*



Kommunikationsbedürfnisse**



informieren sich am liebsten selbst über Themen der Kirche und/oder die Gemeinde.



möchten gerne unaufgefordert über Aktivitäten in ihrer Kirche und Gemeinde **informiert werden.**

Fragen: Uns interessiert nun, welche Medien und Kanäle der Kirche Sie nutzen. | In welchen Medien haben Sie in den letzten drei Monaten etwas zum Thema bzw. über die Kirche ganz allgemein wahrgenommen? | Bitte geben Sie an, wie stark Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Basis: 153 stille Befürworter | * Mehrfachauswahl möglich | ** Dargestellt sind die Top-2-Werte (Zusammenfassung der Angaben „stimme voll und ganz zu“ + „stimme eher zu“).

Besondere Merkmale | Teil 1

| | Die stillen Befürworter | Gesamte Stichprobe |
|---|-------------------------|--------------------|
| Kontaktanlässe in den vergangenen 12 Monaten | | |
| Gottesdienst an einem Feiertag | 56 % | 47 % |
| Gottesdienst an einem normalen Sonntag | 40 % | 33 % |
| Kasualien (Taufe, Konfirmation, Trauung und Beerdigung) | 67 % | 59 % |
| Austausch über religiöse/kirchliche Themen* | 57 % | 52 % |
| Familie | 33 % | 28 % |
| Freunde; Bekannte | 28 % | 28 % |

| | Die stillen Befürworter | Gesamte Stichprobe |
|---|-------------------------|--------------------|
| Mitgliedschaft in der Kirche Ich bin Mitglied in der Kirche, weil...** | | |
| ... sie wichtige ethische Werte vertritt. | 71 % | 51 % |
| ... mir der christliche Glaube etwas bedeutet | 70 % | 51 % |
| ... sie zum Zusammenhalt der Gesellschaft beiträgt. | 70 % | 49 % |
| ... sie etwas für Arme, Kranke und Bedürftige tut. | 69 % | 55 % |

Fragen: Zu welchen Anlässen waren Sie in den letzten 12 Monaten in der Kirche? | Tauschen Sie sich regelmäßig mit anderen Personen über kirchliche bzw. religiöse Themen aus? Wenn ja, mit wem? | Es kann ja ganz unterschiedliche Gründe haben, weshalb man Mitglied in der Kirche ist. Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?

Basis: 153 stille Befürworter | * Mehrfachauswahl möglich | ** Dargestellt sind die Top-2-Werte (Zusammenfassung der Angaben „trifft voll und ganz zu“ + „trifft eher zu“). | Markiert sind Unterschiede ab 15 Prozent zur gesamten Stichprobe.

Besondere Merkmale | Teil 2

| | Die stillen Befürworter | Gesamte Stichprobe |
|--|-------------------------|--------------------|
| Gründe für Verbundenheit* | | |
| Hilfe für gesellschaftlich benachteiligte Gruppen | 94 % | 78 % |
| Gemeindearbeit (z. B. Gottesdienst, Jugend- und Seniorengruppen) | 92 % | 77 % |
| Entwicklungszusammenarbeit/Brot für die Welt | 77 % | 59 % |
| Krankenhäuser | 76 % | 60 % |
| Soziales Engagement* | 48 % | 46 % |
| In einem Verein (z. B. Feuerwehr, Sport) | 35 % | 30 % |

| | Die stillen Befürworter | Gesamte Stichprobe |
|---|-------------------------|--------------------|
| Gesellschaftlich-progressive Themen** | | |
| Der straffreie Abbruch einer Schwangerschaft muss unbedingt weiterhin gewährleistet sein. | 81 % | 84 % |
| Bei der Umstellung auf alternative Energiequellen (Wind, Sonne) müssen wir in Deutschland das Tempo erhöhen. | 73 % | 76 % |
| Eine weitere Laufzeitverlängerung deutscher Atomkraftwerke wäre sinnvoll. | 40 % | 37 % |
| Die Zuwanderung nach Deutschland von Geflüchteten muss begrenzt werden. | 37 % | 37 % |
| Es ist wichtig, Fragen zu Geschlecht und Identität (LGBTQ+) stärker als bislang zu behandeln. | 25 % | 36 % |
| „Gendern“ (also das Einschließen aller Geschlechter) in der Sprache sollte eine Selbstverständlichkeit sein. | 21 % | 27 % |

Fragen: Wo sollte sich die Kirche Ihrer Meinung nach ganz besonders engagieren? | Beteiligen Sie sich in einer oder mehreren der folgenden Gruppen? | Im Folgenden geht es um einige gesellschaftlich kontrovers diskutierte Themen, zu denen man ganz unterschiedliche Meinungen haben kann. Wie stark stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Basis: 153 stille Befürworter | * Mehrfachauswahl möglich | ** Dargestellt sind die Top-2-Werte (Zusammenfassung der Angaben „stimme voll und ganz zu“ + „stimme eher zu“). | Markiert sind Unterschiede ab 15 Prozent zur gesamten Stichprobe.

Typologie | Übersicht

| | Die Neo-konservativ-Religiösen | Die Religiös-Verbundenen | Die stillen Befürworter | Die Selbst-reflektierten | Die Onliner mit Ich-Bezug | Die klima-bewussten Verweigerer |
|--|--------------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------------|
| Affinität für Print-Nachrichten | +++ | + | + | - | -- | + |
| Affinität für Print-Unterhaltung | +++ | - | - | - | - | - |
| Affinität für öffentlich-rechtliche Medien | + | + | ++ | - | -- | + |
| Affinität für Social Media | +++ | -- | -- | + | + | - |
| Affinität für Streaming | +++ | -- | -- | ++ | + | - |
| Progressivität | - | + | - | + | - | + |
| Klima, Nachhaltigkeit und Sozialpolitik | - | + | + | - | -- | ++ |
| Schuld, Vergebung und Seelsorge | + | +++ | ++ | -- | - | -- |
| Praktiken (Meditation, Fasten, Pilgern) | + | ++ | - | +++ | - | - |
| Gebet und Bibel | ++ | +++ | -- | - | - | - |
| Hilfsangebote und Aufklärung | - | + | +++ | + | - | -- |
| Institution und prägende Feiertage | - | ++ | + | - | - | + |
| Gruppengroßen | (9 %) | (14 %) | (12 %) | (15 %) | (28 %) | (22 %) |

Basis: Die Stärke der Ausprägungen wird mit Hilfe der Zeichen --- (für besonders schwach) bis +++ (für besonders stark) ausgewiesen.



Die Selbstreflektierten



Die Selbstreflektierten | Steckbrief

Familienstand

ledig (51 %) | verheiratet (37 %)

Kinder im Haushalt

unter 12 Jahre (26 %) | zwischen 12 und 18 Jahren (7 %)

Berufliche Stellung

angestellt (42 %) | Studentin/Student (14 %)

Haushaltsnettoeinkommen

1.000 € bis unter 2.000 € (30 %) | 2.000 € bis unter 3.000 € (28 %)

Bildungsabschluss

Realschulabschluss (30 %) | Abitur/Fachhochschulreife (40 %) | Hochschulabschluss (26 %)

In kirchlicher/diakonischer Trägerschaft

ehrenamtlich tätig (13 %)



Geschlecht

Weiblich (72 %)

Altersdurchschnitt

41 Jahre

Wohnort

Großstadt (23 %) | Vorort einer Klein- und Mittelstadt (23 %) | ländliche Gegend (24 %)

Religiosität Selbsteinschätzung

„sehr religiös“ + „eher religiös“ (25 %)

Verbundenheit zur Kirchengemeinde

„sehr verbunden“ + „eher verbunden“ (33 %)

Engagement

mind. eine Beteiligung am kirchlichen Leben (20 %)

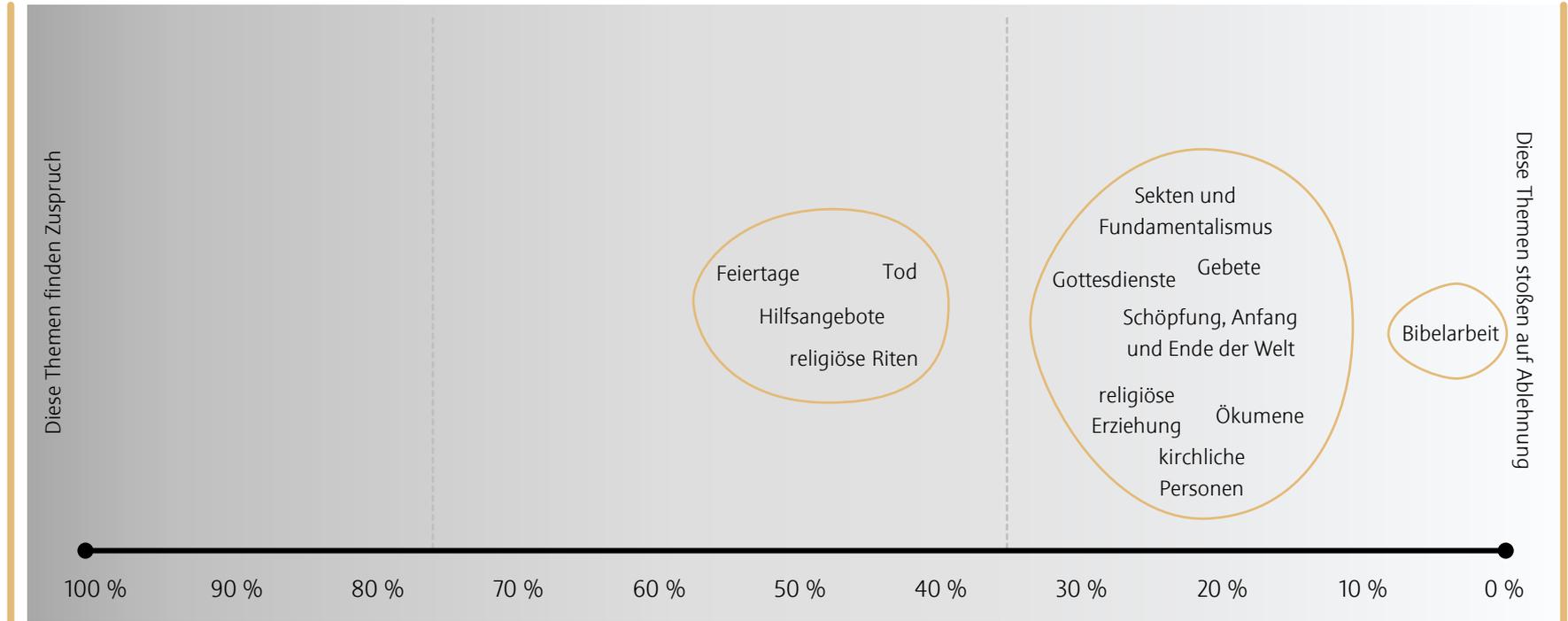
Austrittswahrscheinlichkeit

„sehr unwahrscheinlich“ + „eher unwahrscheinlich“ (68 %)



Für 13 % ist der zeitnahe Austritt sehr oder eher wahrscheinlich. Gründe hierfür sind, auch ohne Kirche christlich sein zu können (73 %) oder um Kirchensteuern zu sparen (56 %).

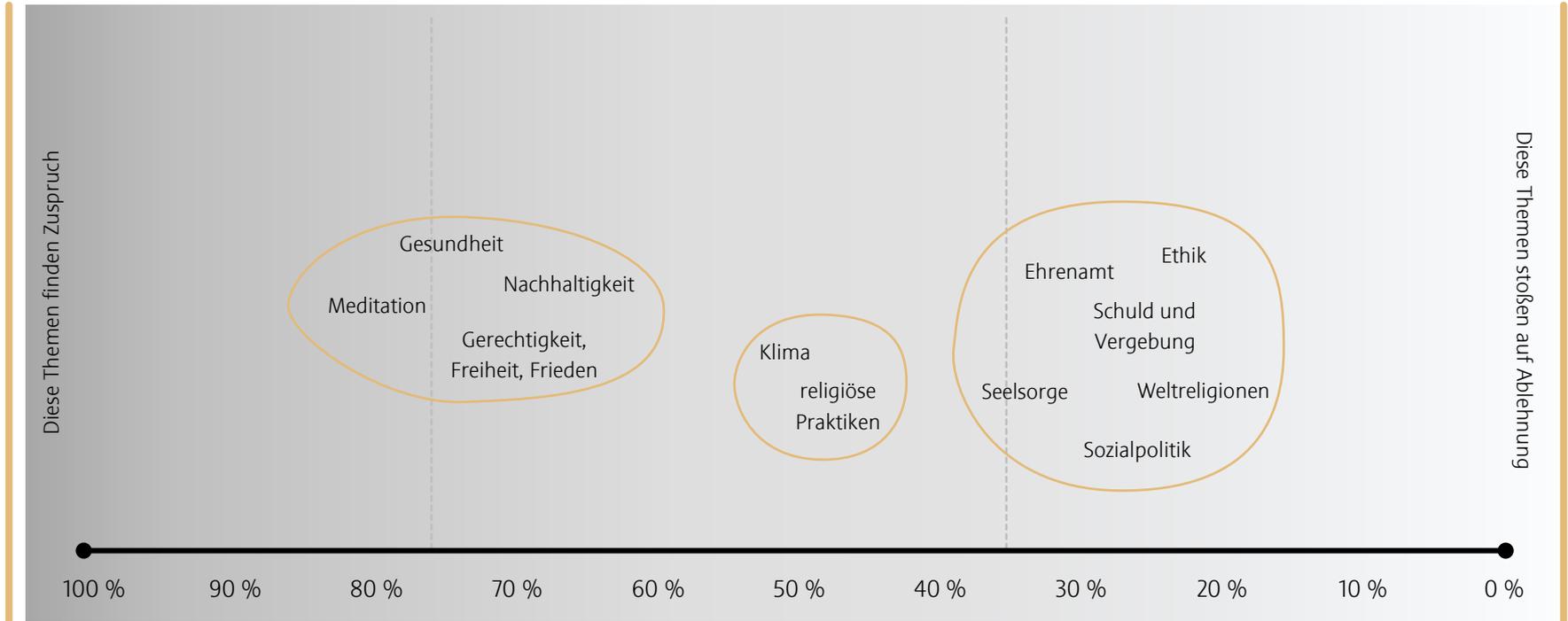
Themeninteressen | Kirche und Religion



Frage: Die Themen Kirche und Religion sind vielfältig. Wir würden gern wissen, welche der folgenden Themen für Sie besonders interessant sind.

Basis: 115 Selbstreflektierte | Mehrfachauswahl möglich

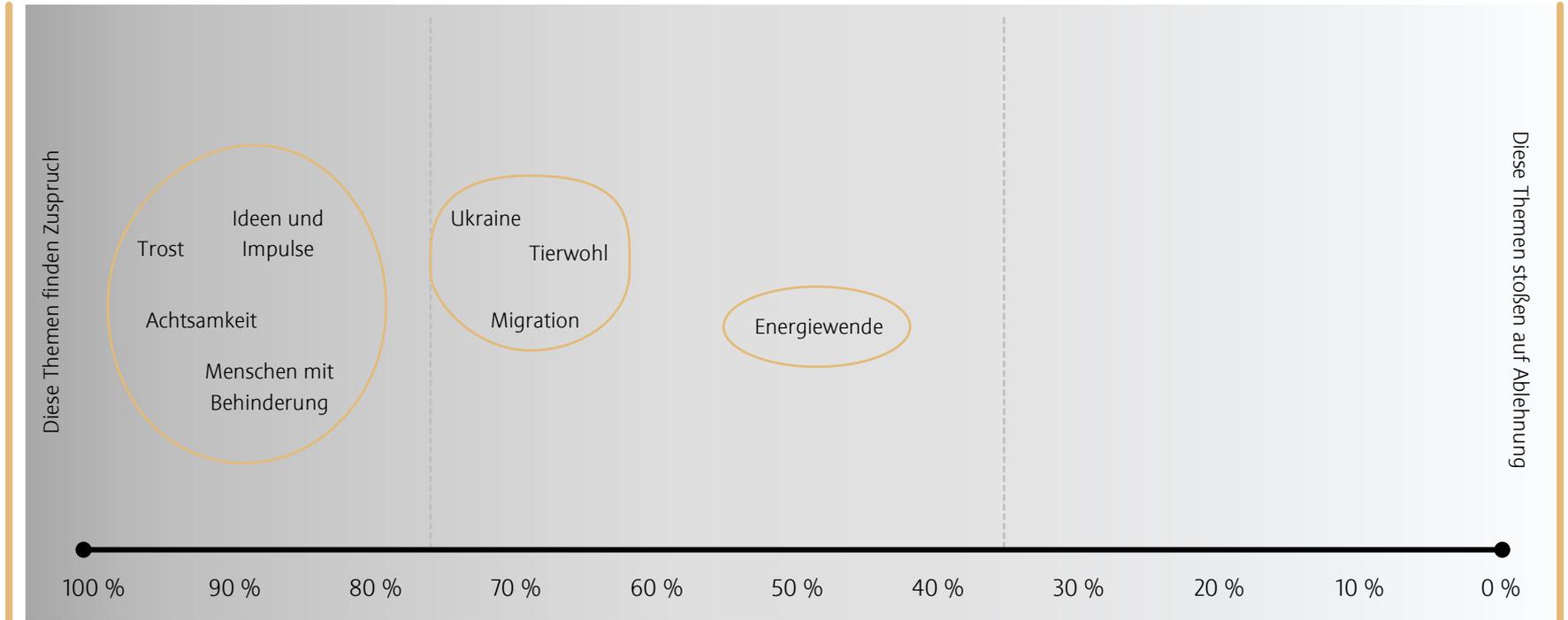
Themeninteressen | Sinnthemen



Frage: Und wie sieht es mit den folgenden Themen aus? Welche Themen interessieren Sie hier besonders?

Basis: 115 Selbstreflektierte | Mehrfachauswahl möglich

Themenerwartungen an die Kirche



Frage: Ist es Ihnen wichtig, dass sich die Kirche zu folgenden Themen äußert?

Basis: 115 Selbstreflektierte | Mehrfachauswahl möglich

Über welche Medien können wir diese Personen erreichen? | Teil 1

Mediennutzung (Print, Hörfunk und TV)

| | |
|---|------|
| Streaming-Dienste | 80 % |
| Öffentlich-rechtliches Fernsehen und entsprechende Mediatheken | 75 % |
| Radiosender des NDR oder anderer öffentlich-rechtlicher Anstalten | 72 % |
| Private Radiosender | 66 % |
| Privates Fernsehen und entsprechende Mediatheken | 60 % |
| Anzeigenblätter* | 52 % |
| Magazine und Fachzeitschriften* | 50 % |
| Lokale/regionale Tageszeitungen | 47 % |
| Politische Wochenzeitungen und Magazine* | 35 % |
| Unterhaltende Illustrierte* | 29 % |
| Überregionale Tageszeitungen | 18 % |
| Boulevardzeitungen | 14 % |

Mediennutzung (Online)

| | |
|---|------|
| YouTube | 81 % |
| Online Nachrichten Medien (kostenlos) | 78 % |
| Instagram | 57 % |
| Facebook | 53 % |
| Podcasts | 50 % |
| TikTok | 17 % |
| Online Nachrichten Medien (kostenpflichtig) | 7 % |
| Twitter | 7 % |

Fragen: Wie oft nutzen Sie privat die folgenden Medien? | Wie sieht es mit den folgenden Medien aus? | Und zuletzt: Wie oft nutzen Sie privat die folgenden Online-Medien?

Basis: 115 Selbstreflektierte | Dargestellt ist die Ausprägung mind. mehrfach die Woche bzw. *gelegentlich.

Über welche Medien können wir diese Personen erreichen? | Teil 2

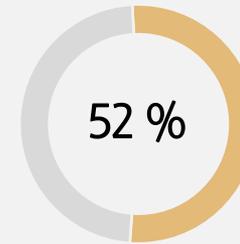
Mediennutzung (Medien der Kirche)*

| | |
|---|------|
| Gemeindebrief vor Ort | 34 % |
| Ich nutze keine Medien oder Kanäle der Kirche | 55 % |

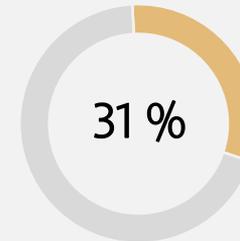
Zuletzt etwas zum Thema Kirche wahrgenommen*

| | |
|----------------|------|
| Gemeindebrief | 39 % |
| Radiobeitrag | 23 % |
| Fernsehsendung | 22 % |
| Tageszeitungen | 21 % |
| Soziale Medien | 21 % |
| Keine davon | 17 % |

Kommunikationsbedürfnisse**



informieren sich am liebsten selbst über Themen der Kirche und/oder die Gemeinde.



möchten gerne unaufgefordert über Aktivitäten in ihrer Kirche und Gemeinde **informiert werden.**

Fragen: Uns interessiert nun, welche Medien und Kanäle der Kirche Sie nutzen. | In welchen Medien haben Sie in den letzten drei Monaten etwas zum Thema bzw. über die Kirche ganz allgemein wahrgenommen? | Bitte geben Sie an, wie stark Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Basis: 115 Selbstreflektierte | * Mehrfachauswahl möglich | ** Dargestellt sind die Top-2-Werte (Zusammenfassung der Angaben „stimme voll und ganz zu“ + „stimme eher zu“).

Besondere Merkmale | Teil 1

| | Die Selbst-reflektierten | Gesamte Stichprobe |
|---|--------------------------|--------------------|
| Kontaktanlässe in den vergangenen 12 Monaten | | |
| Gottesdienst an einem Feiertag | 56 % | 47 % |
| Gottesdienst an einem normalen Sonntag | 29 % | 33 % |
| Kasualien (Taufe, Konfirmation, Trauung und Beerdigung) | 61 % | 59 % |
| Austausch über religiöse/kirchliche Themen* | 58 % | 52 % |
| Freunde; Bekannte | 35 % | 28 % |
| Familie | 31 % | 28 % |

| | Die Selbst-reflektierten | Gesamte Stichprobe |
|---|--------------------------|--------------------|
| Mitgliedschaft in der Kirche Ich bin Mitglied in der Kirche, weil...** | | |
| ... sie etwas für Arme, Kranke und Bedürftige tut. | 57 % | 55 % |
| .. ich einmal kirchlich bestattet werden möchte. | 54 % | 48 % |
| ... Kirchengebäude im Dorf- bzw. Stadtbild nicht fehlen dürfen. | 54 % | 52 % |

Fragen: Zu welchen Anlässen waren Sie in den letzten 12 Monaten in der Kirche? | Tauschen Sie sich regelmäßig mit anderen Personen über kirchliche bzw. religiöse Themen aus? Wenn ja, mit wem? | Es kann ja ganz unterschiedliche Gründe haben, weshalb man Mitglied in der Kirche ist. Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?

Basis: 115 Selbstreflektierte | * Mehrfachauswahl möglich | ** Dargestellt sind die Top-2-Werte (Zusammenfassung der Angaben „trifft voll und ganz zu“ + „trifft eher zu“). | Markiert sind Unterschiede ab 15 Prozent zur gesamten Stichprobe.

Besondere Merkmale | Teil 2

| | Die Selbst-reflektierten | Gesamte Stichprobe |
|--|--------------------------|--------------------|
| Gründe für Verbundenheit* | | |
| Hilfe für gesellschaftlich benachteiligte Gruppen | 79 % | 78 % |
| Gemeindearbeit (z. B. Gottesdienst, Jugend- und Seniorengruppen) | 78 % | 77 % |
| Soziales Engagement* | | |
| In einem Verein (z. B. Feuerwehr, Sport) | 39 % | 30 % |

| | Die Selbst-reflektierten | Gesamte Stichprobe |
|---|--------------------------|--------------------|
| Gesellschaftlich-progressive Themen** | | |
| Der straffreie Abbruch einer Schwangerschaft muss unbedingt weiterhin gewährleistet sein. | 92 % | 84 % |
| Bei der Umstellung auf alternative Energiequellen (Wind, Sonne) müssen wir in Deutschland das Tempo erhöhen. | 79 % | 76 % |
| Es ist wichtig, Fragen zu Geschlecht und Identität (LGBTQ+) stärker als bislang zu behandeln. | 47 % | 36 % |
| „ Gendern “ (also das Einschließen aller Geschlechter) in der Sprache sollte eine Selbstverständlichkeit sein. | 32 % | 27 % |
| Die Zuwanderung nach Deutschland von Geflüchteten muss begrenzt werden. | 30 % | 37 % |
| Eine weitere Laufzeitverlängerung deutscher Atomkraftwerke wäre sinnvoll. | 23 % | 37 % |

Fragen: Wo sollte sich die Kirche Ihrer Meinung nach ganz besonders engagieren? | Beteiligen Sie sich in einer oder mehreren der folgenden Gruppen? | Im Folgenden geht es um einige gesellschaftlich kontrovers diskutierte Themen, zu denen man ganz unterschiedliche Meinungen haben kann. Wie stark stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

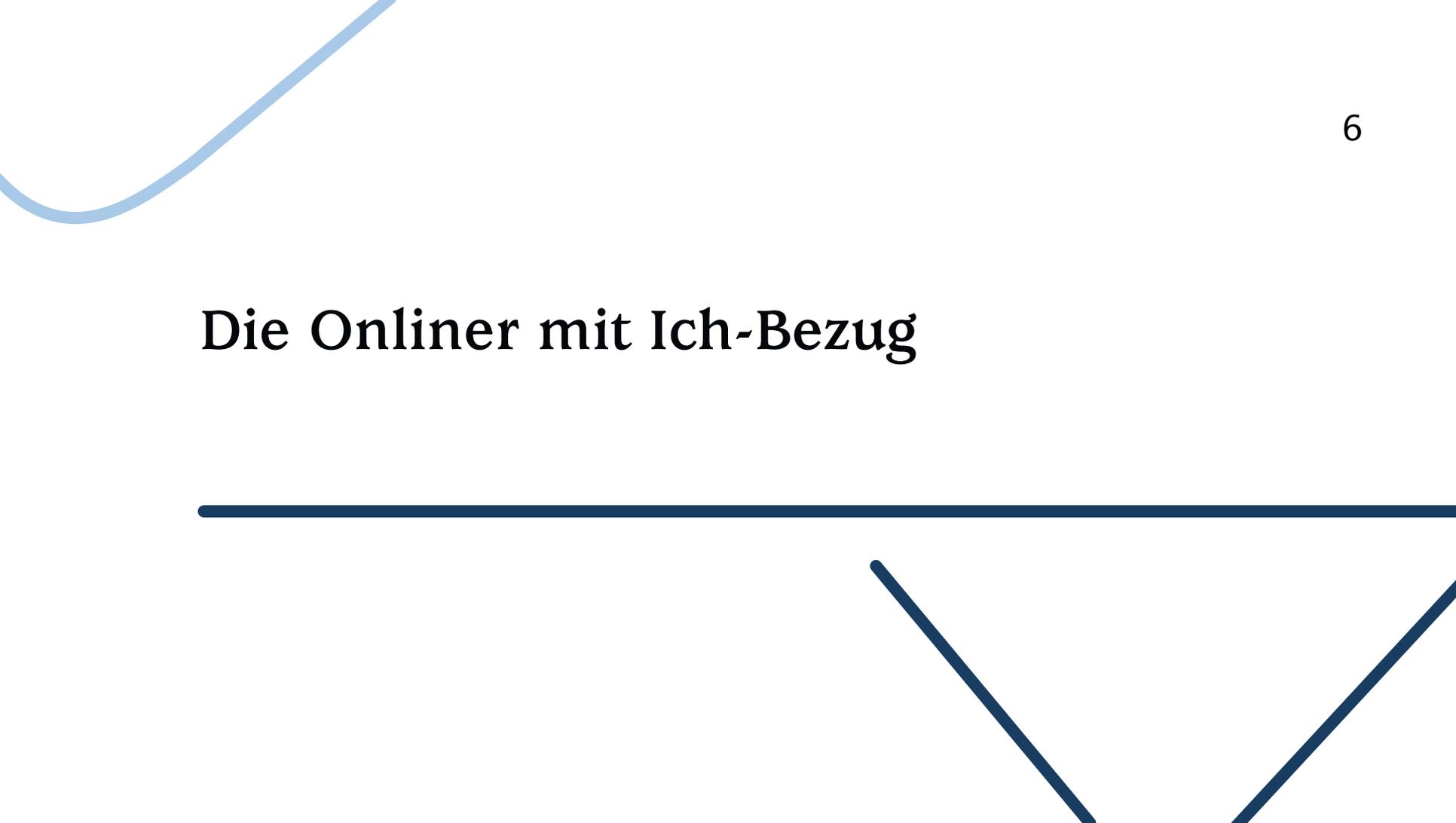
Basis: 115 Selbstreflektierte | * Mehrfachauswahl möglich | ** Dargestellt sind die Top-2-Werte (Zusammenfassung der Angaben „stimme voll und ganz zu“ + „stimme eher zu“). | Markiert sind Unterschiede ab 15 Prozent zur gesamten Stichprobe.

Typologie | Übersicht

| | Die Neo-konservativ-Religiösen | Die Religiös-Verbundenen | Die stillen Befürworter | Die Selbst-reflektierten | Die Onliner mit Ich-Bezug | Die klima-bewussten Verweigerer |
|--|--------------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------------|
| Affinität für Print-Nachrichten | +++ | + | + | - | -- | + |
| Affinität für Print-Unterhaltung | +++ | - | - | - | - | - |
| Affinität für öffentlich-rechtliche Medien | + | + | ++ | - | -- | + |
| Affinität für Social Media | +++ | -- | -- | + | + | - |
| Affinität für Streaming | +++ | -- | -- | ++ | + | - |
| Progressivität | - | + | - | + | - | + |
| Klima, Nachhaltigkeit und Sozialpolitik | - | + | + | - | -- | ++ |
| Schuld, Vergebung und Seelsorge | + | +++ | ++ | -- | - | -- |
| Praktiken (Meditation, Fasten, Pilgern) | + | ++ | - | +++ | - | - |
| Gebet und Bibel | ++ | +++ | -- | - | - | - |
| Hilfsangebote und Aufklärung | - | + | +++ | + | - | -- |
| Institution und prägende Feiertage | - | ++ | + | - | - | + |
| Gruppengroßen | (9 %) | (14 %) | (12 %) | (15 %) | (28 %) | (22 %) |

Basis: Die Stärke der Ausprägungen wird mit Hilfe der Zeichen --- (für besonders schwach) bis +++ (für besonders stark) ausgewiesen.

Die Onliner mit Ich-Bezug



Die Onliner mit Ich-Bezug | Steckbrief

Familienstand

ledig (40 %) | verheiratet (36 %)

Kinder im Haushalt

unter 12 Jahre (22 %) | zwischen 12 und 18 Jahren (12 %)

Berufliche Stellung

angestellt (39 %)

Haushaltsnettoeinkommen

1.000 € bis unter 2.000 € (27 %) | 2.000 € bis unter 3.000 € (27 %)

Bildungsabschluss

Hauptschulabschluss (22 %) | Realschulabschluss (38 %) | Abitur/Fachhochschulreife (26 %)

In kirchlicher/diakonischer Trägerschaft

ehrenamtlich tätig (4 %)



Geschlecht

Weiblich (58 %)

Altersdurchschnitt

47 Jahre

Wohnort

ländliche Gegend (31 %)

Religiosität Selbsteinschätzung

„sehr religiös“ + „eher religiös“ (10 %)

Verbundenheit zur Kirchengemeinde

„sehr verbunden“ + „eher verbunden“ (13 %)

Engagement

mind. eine Beteiligung am kirchlichen Leben (13 %)

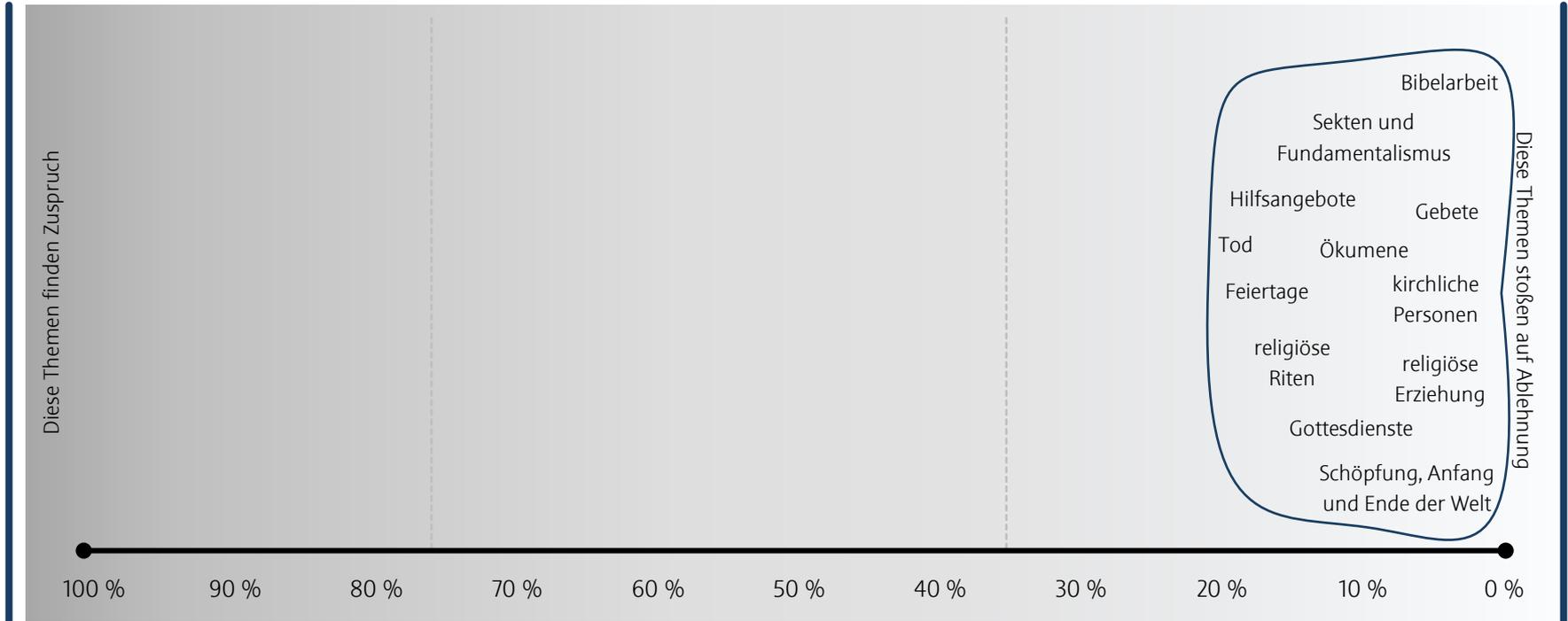
Austrittswahrscheinlichkeit

„sehr unwahrscheinlich“ + „eher unwahrscheinlich“ (61 %)



Für 24 % ist der zeitnahe Austritt sehr oder eher wahrscheinlich. Gründe hierfür sind, Kirchensteuern zu sparen (65 %) oder auch ohne Kirche christlich sein zu können (52 %).

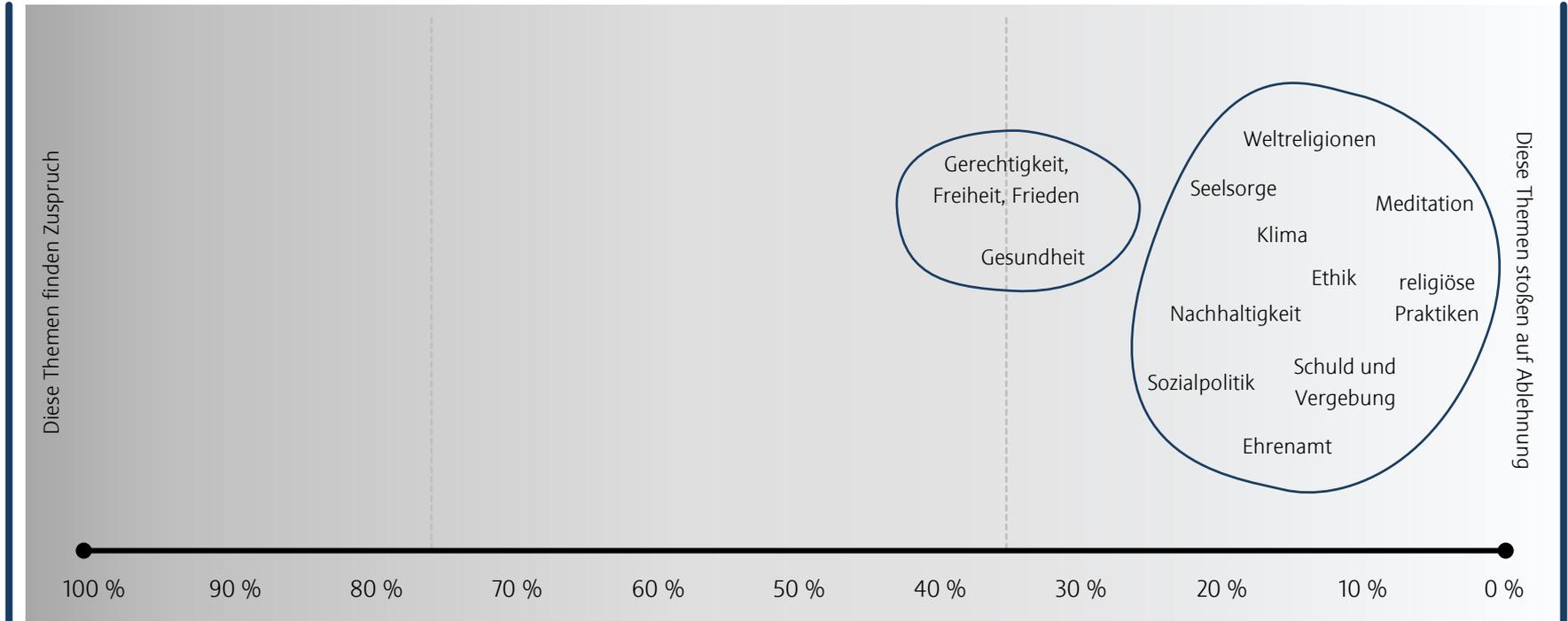
Themeninteressen | Kirche und Religion



Frage: Die Themen Kirche und Religion sind vielfältig. Wir würden gern wissen, welche der folgenden Themen für Sie besonders interessant sind.

Basis: 283 Onliner mit Ich-Bezug | Mehrfachauswahl möglich

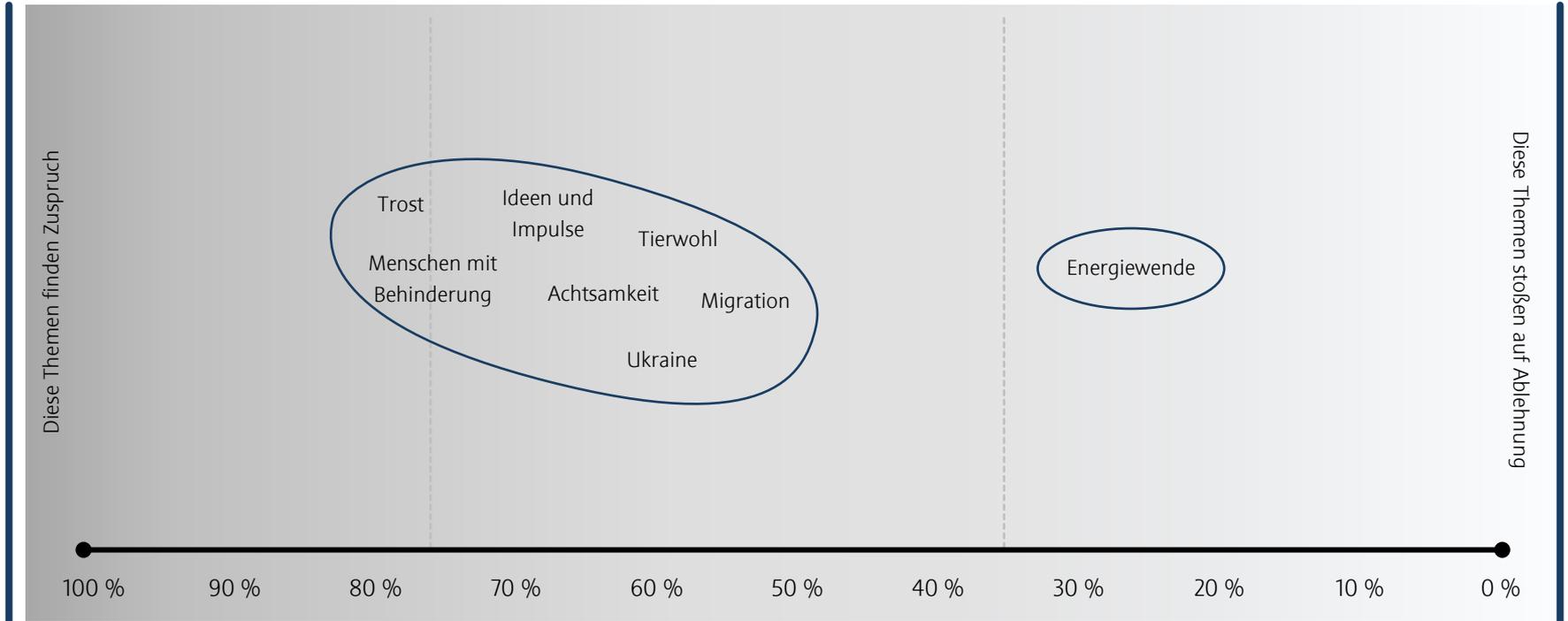
Themeninteressen | Sinnthemen



Frage: Und wie sieht es mit den folgenden Themen aus? Welche Themen interessieren Sie hier besonders?

Basis: 283 Onliner mit Ich-Bezug | Mehrfachauswahl möglich

Themenerwartungen an die Kirche



Frage: Ist es Ihnen wichtig, dass sich die Kirche zu folgenden Themen äußert?

Basis: 283 Onliner mit Ich-Bezug | Mehrfachauswahl möglich

Über welche Medien können wir diese Personen erreichen? | Teil 1

Mediennutzung (Print, Hörfunk und TV)

| | |
|---|------|
| Privates Fernsehen und entsprechende Mediatheken | 70 % |
| Streaming-Dienste | 60 % |
| Öffentlich-rechtliches Fernsehen und entsprechende Mediatheken | 58 % |
| Private Radiosender | 58 % |
| Radiosender des NDR oder anderer öffentlich-rechtlicher Anstalten | 49 % |
| Anzeigenblätter* | 39 % |
| Magazine und Fachzeitschriften* | 37 % |
| Lokale/regionale Tageszeitungen | 32 % |
| Politische Wochenzeitungen und Magazine* | 21 % |
| Unterhaltende Illustrierte* | 20 % |
| Boulevardzeitungen | 14 % |
| Überregionale Tageszeitungen | 13 % |

Mediennutzung (Online)

| | |
|---|------|
| YouTube | 62 % |
| Online Nachrichten Medien (kostenlos) | 59 % |
| Facebook | 54 % |
| Instagram | 47 % |
| TikTok | 25 % |
| Podcasts | 24 % |
| Twitter | 13 % |
| Online Nachrichten Medien (kostenpflichtig) | 9 % |

Fragen: Wie oft nutzen Sie privat die folgenden Medien? | Wie sieht es mit den folgenden Medien aus? | Und zuletzt: Wie oft nutzen Sie privat die folgenden Online-Medien?

Basis: 283 Onliner mit Ich-Bezug | Dargestellt ist die Ausprägung mind. mehrfach die Woche bzw. *gelegentlich.

Über welche Medien können wir diese Personen erreichen? | Teil 2

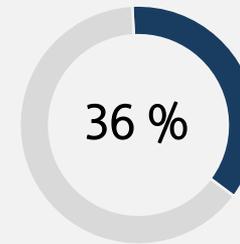
Mediennutzung (Medien der Kirche)*

| | |
|---|------|
| Gemeindebrief vor Ort | 23 % |
| <hr/> | |
| Ich nutze keine Medien oder Kanäle der Kirche | 69 % |

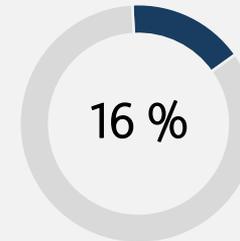
Zuletzt etwas zum Thema Kirche wahrgenommen*

| | |
|---------------|------|
| Gemeindebrief | 20 % |
| <hr/> | |
| Keine davon | 38 % |

Kommunikationsbedürfnisse**



informieren sich am liebsten selbst über Themen der Kirche und/oder die Gemeinde.



möchten gerne unaufgefordert über Aktivitäten in ihrer Kirche und Gemeinde **informiert werden.**

Fragen: Uns interessiert nun, welche Medien und Kanäle der Kirche Sie nutzen. | In welchen Medien haben Sie in den letzten drei Monaten etwas zum Thema bzw. über die Kirche ganz allgemein wahrgenommen? | Bitte geben Sie an, wie stark Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Basis: 283 Onliner mit Ich-Bezug | * Mehrfachauswahl möglich | ** Dargestellt sind die Top-2-Werte (Zusammenfassung der Angaben „stimme voll und ganz zu“ + „stimme eher zu“).

Besondere Merkmale | Teil 1

| | Die Onliner mit Ich-Bezug | Gesamte Stichprobe |
|---|---------------------------|--------------------|
| Kontaktanlässe in den vergangenen 12 Monaten | | |
| Gottesdienst an einem Feiertag | 26 % | 47 % |
| Gottesdienst an einem normalen Sonntag | 17 % | 33 % |
| Kasualien (Taufe, Konfirmation, Trauung und Beerdigung) | 49 % | 59 % |
| Austausch über religiöse/kirchliche Themen* | | |
| Familie | 17 % | 28 % |
| Freunde; Bekannte | 16 % | 28 % |

| | Die Onliner mit Ich-Bezug | Gesamte Stichprobe |
|---|---------------------------|--------------------|
| Mitgliedschaft in der Kirche Ich bin Mitglied in der Kirche, weil...** | | |
| ... meine Eltern auch in der Kirche sind bzw. waren. | 49 % | 51 % |

Fragen: Zu welchen Anlässen waren Sie in den letzten 12 Monaten in der Kirche? | Tauschen Sie sich regelmäßig mit anderen Personen über kirchliche bzw. religiöse Themen aus? Wenn ja, mit wem? | Es kann ja ganz unterschiedliche Gründe haben, weshalb man Mitglied in der Kirche ist. Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?

Basis: 283 Onliner mit Ich-Bezug | * Mehrfachauswahl möglich | ** Dargestellt sind die Top-2-Werte (Zusammenfassung der Angaben „trifft voll und ganz zu“ + „trifft eher zu“). | Markiert sind Unterschiede ab 15 Prozent zur gesamten Stichprobe.

Besondere Merkmale | Teil 2

| | Die Onliner mit Ich-Bezug | Gesamte Stichprobe |
|--|---------------------------|--------------------|
| Gründe für Verbundenheit* | | |
| Gemeindearbeit (z. B. Gottesdienst, Jugend- und Seniorengruppen) | 64 % | 77 % |
| Hilfe für gesellschaftlich benachteiligte Gruppen | 60 % | 78 % |
| Soziales Engagement* | 33 % | 46 % |
| In einem Verein (z. B. Feuerwehr, Sport) | 25 % | 30 % |

| | Die Onliner mit Ich-Bezug | Gesamte Stichprobe |
|---|---------------------------|--------------------|
| Gesellschaftlich-progressive Themen** | | |
| Der straffreie Abbruch einer Schwangerschaft muss unbedingt weiterhin gewährleistet sein. | 79 % | 84 % |
| Bei der Umstellung auf alternative Energiequellen (Wind, Sonne) müssen wir in Deutschland das Tempo erhöhen. | 64 % | 76 % |
| Die Zuwanderung nach Deutschland von Geflüchteten muss begrenzt werden. | 51 % | 37 % |
| Eine weitere Laufzeitverlängerung deutscher Atomkraftwerke wäre sinnvoll. | 43 % | 37 % |
| Es ist wichtig, Fragen zu Geschlecht und Identität (LGBTQ+) stärker als bislang zu behandeln. | 31 % | 36 % |
| „ Gendern “ (also das Einschließen aller Geschlechter) in der Sprache sollte eine Selbstverständlichkeit sein. | 21 % | 27 % |

Fragen: Wo sollte sich die Kirche Ihrer Meinung nach ganz besonders engagieren? | Beteiligen Sie sich in einer oder mehreren der folgenden Gruppen? | Im Folgenden geht es um einige gesellschaftlich kontrovers diskutierte Themen, zu denen man ganz unterschiedliche Meinungen haben kann. Wie stark stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Basis: 283 Onliner mit Ich-Bezug | * Mehrfachauswahl möglich | ** Dargestellt sind die Top-2-Werte (Zusammenfassung der Angaben „stimme voll und ganz zu“ + „stimme eher zu“). | Markiert sind Unterschiede ab 15 Prozent zur gesamten Stichprobe.

Typologie | Übersicht

| | Die Neo-konservativ-Religiösen | Die Religiös-Verbundenen | Die stillen Befürworter | Die Selbst-reflektierten | Die Onliner mit Ich-Bezug | Die klima-bewussten Verweigerer |
|--|--------------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------------|
| Affinität für Print-Nachrichten | +++ | + | + | - | -- | + |
| Affinität für Print-Unterhaltung | +++ | - | - | - | - | - |
| Affinität für öffentlich-rechtliche Medien | + | + | ++ | - | -- | + |
| Affinität für Social Media | +++ | -- | -- | + | + | - |
| Affinität für Streaming | +++ | -- | -- | ++ | + | - |
| Progressivität | - | + | - | + | - | + |
| Klima, Nachhaltigkeit und Sozialpolitik | - | + | + | - | -- | ++ |
| Schuld, Vergebung und Seelsorge | + | +++ | ++ | -- | - | -- |
| Praktiken (Meditation, Fasten, Pilgern) | + | ++ | - | +++ | - | - |
| Gebet und Bibel | ++ | +++ | -- | - | - | - |
| Hilfsangebote und Aufklärung | - | + | +++ | + | - | -- |
| Institution und prägende Feiertage | - | ++ | + | - | - | + |
| Gruppengroßen | (9 %) | (14 %) | (12 %) | (15 %) | (28 %) | (22 %) |

Basis: Die Stärke der Ausprägungen wird mit Hilfe der Zeichen --- (für besonders schwach) bis +++ (für besonders stark) ausgewiesen.



Die klimabewussten Verweigerer

Die klimabewussten Verweigerer | Steckbrief

Familienstand

verheiratet (48 %)

Kinder im Haushalt

unter 12 Jahre (9 %) | zwischen 12 und 18 Jahren (8 %)

Berufliche Stellung

Rentnerin/Rentner (50 %)

Haushaltsnettoeinkommen

1.000 € bis unter 2.000 € (25 %)

Bildungsabschluss

Realschulabschluss (31 %) | Hochschulabschluss (32 %)

In kirchlicher/diakonischer Trägerschaft

ehrenamtlich tätig (5 %)



Geschlecht

Weiblich (52 %) | Männlich (48 %)

Altersdurchschnitt

62 Jahre

Wohnort

Großstadt (25 %) | ländliche Gegend (28 %)

Religiosität Selbsteinschätzung

„sehr religiös“ + „eher religiös“ (15 %)

Verbundenheit zur Kirchengemeinde

„sehr verbunden“ + „eher verbunden“ (17 %)

Engagement

mind. eine Beteiligung am kirchlichen Leben (11 %)

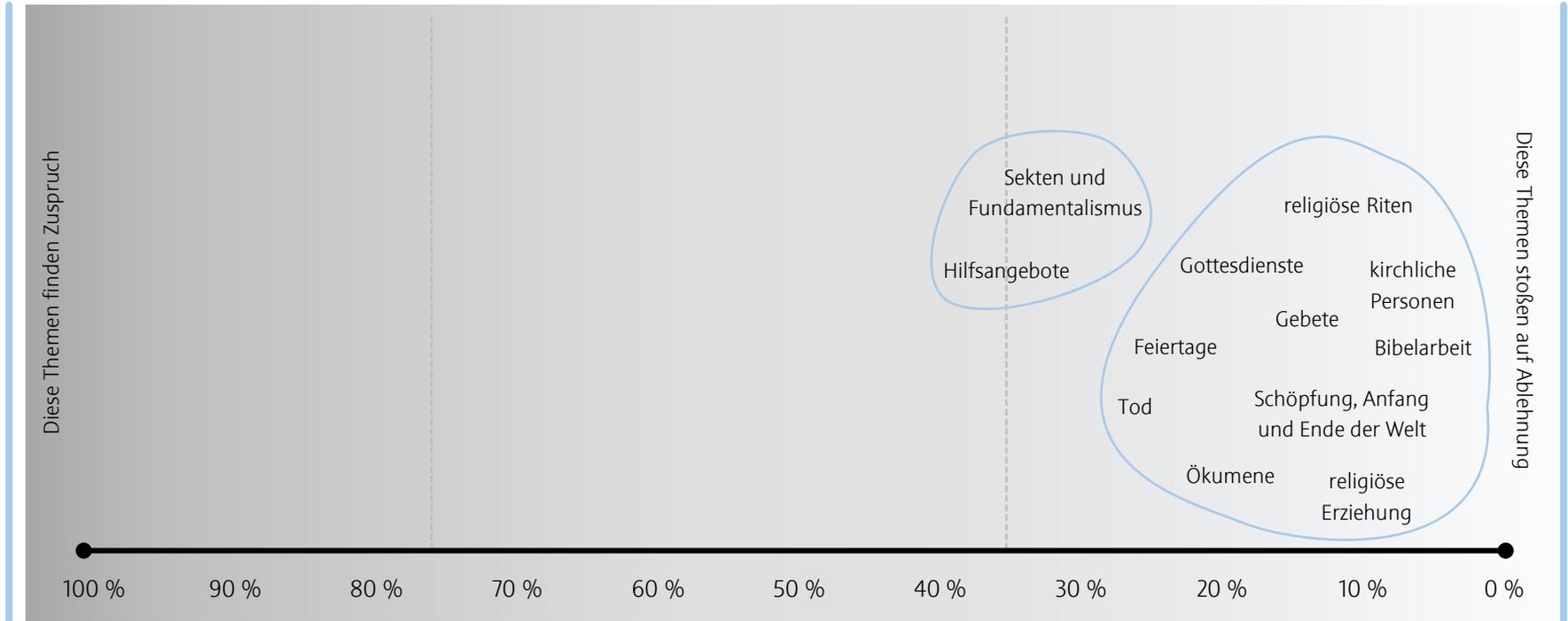
Austrittswahrscheinlichkeit

„sehr unwahrscheinlich“ + „eher unwahrscheinlich“ (74 %)



Für 13 % ist der zeitnahe Austritt sehr oder eher wahrscheinlich. Gründe hierfür sind, Skandale in der Kirche (63 %) oder das Sparen der Kirchensteuer (57 %).

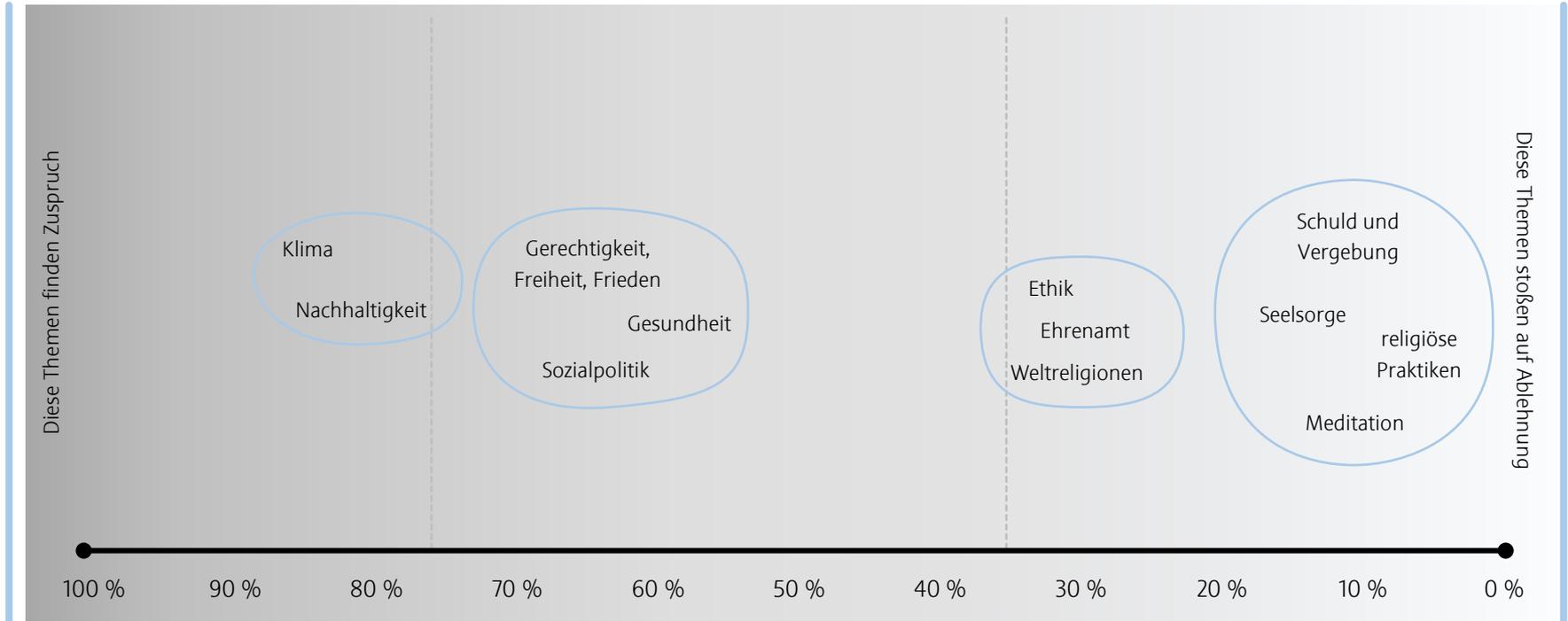
Themeninteressen | Kirche und Religion



Frage: Die Themen Kirche und Religion sind vielfältig. Wir würden gern wissen, welche der folgenden Themen für Sie besonders interessant sind.

Basis: 224 klimabewusste Verweigerer | Mehrfachauswahl möglich

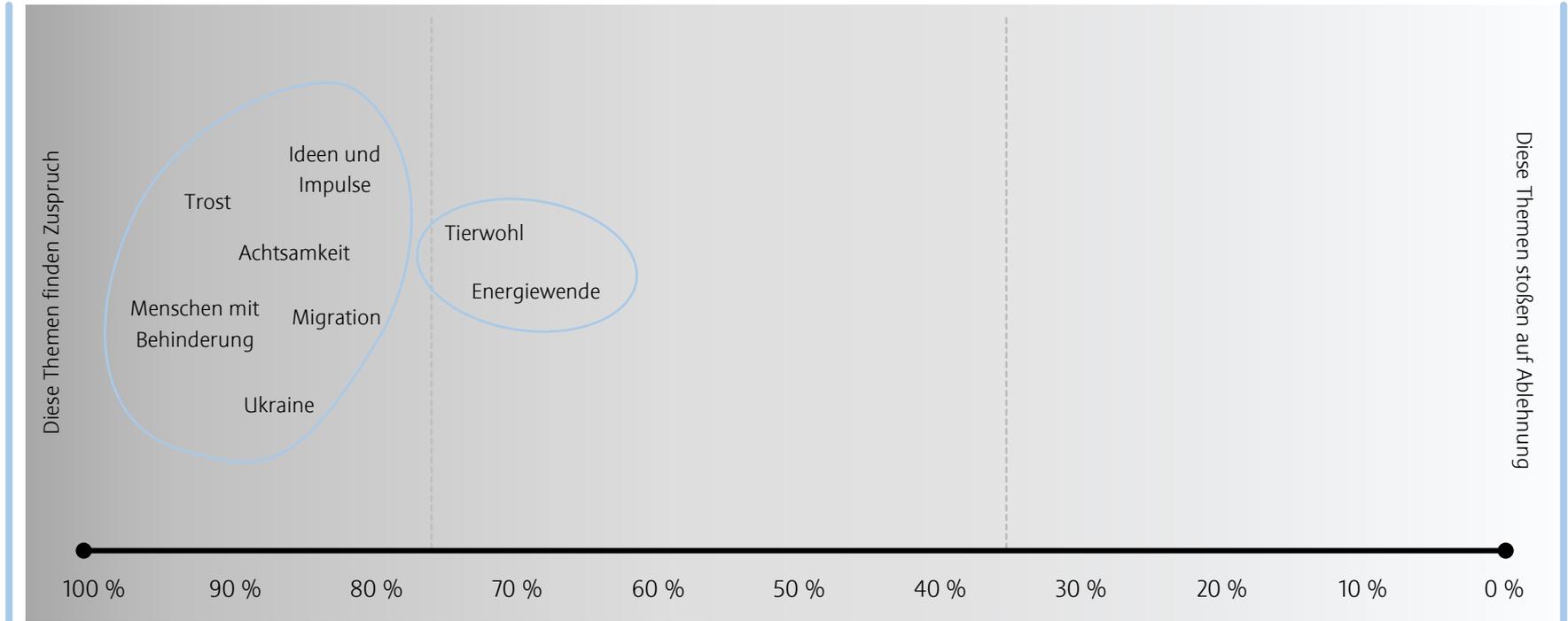
Themeninteressen | Sinnthemen



Frage: Und wie sieht es mit den folgenden Themen aus? Welche Themen interessieren Sie hier besonders?

Basis: 224 klimabewusste Verweigerer | Mehrfachauswahl möglich

Themenerwartungen an die Kirche



Frage: Ist es Ihnen wichtig, dass sich die Kirche zu folgenden Themen äußert?

Basis: 224 klimabewusste Verweigerer | Mehrfachauswahl möglich

Über welche Medien können wir diese Personen erreichen? | Teil 1

Mediennutzung (Print, Hörfunk und TV)

| | |
|---|------|
| Öffentlich-rechtliches Fernsehen und entsprechende Mediatheken | 93 % |
| Radiosender des NDR oder anderer öffentlich-rechtlicher Anstalten | 88 % |
| Lokale/regionale Tageszeitungen | 66 % |
| Politische Wochenzeitungen und Magazine* | 50 % |
| Magazine und Fachzeitschriften* | 47 % |
| Anzeigenblätter* | 46 % |
| Privates Fernsehen und entsprechende Mediatheken | 45 % |
| Streaming-Dienste | 37 % |
| Private Radiosender | 35 % |
| Überregionale Tageszeitungen | 32 % |
| Unterhaltende Illustrierte* | 30 % |
| Boulevardzeitungen | 8 % |

Mediennutzung (Online)

| | |
|---|------|
| Online Nachrichten Medien (kostenlos) | 63 % |
| YouTube | 44 % |
| Facebook | 24 % |
| Podcasts | 18 % |
| Instagram | 17 % |
| Online Nachrichten Medien (kostenpflichtig) | 9 % |
| TikTok | 4 % |
| Twitter | 4 % |

Fragen: Wie oft nutzen Sie privat die folgenden Medien? | Wie sieht es mit den folgenden Medien aus? | Und zuletzt: Wie oft nutzen Sie privat die folgenden Online-Medien?

Basis: 224 klimabewusste Verweigerer | Dargestellt ist die Ausprägung mind. mehrfach die Woche bzw. *gelegentlich.

Über welche Medien können wir diese Personen erreichen? | Teil 2

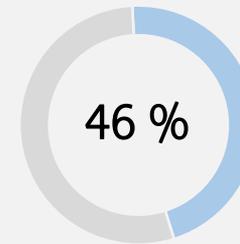
Mediennutzung (Medien der Kirche)*

| | |
|---|------|
| Gemeindebrief vor Ort | 35 % |
| <hr/> | |
| Ich nutze keine Medien oder Kanäle der Kirche | 52 % |

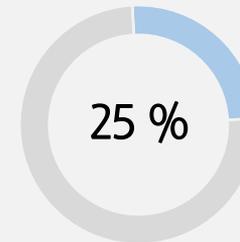
Zuletzt etwas zum Thema Kirche wahrgenommen*

| | |
|----------------|------|
| Fernsehsendung | 32 % |
| Tageszeitungen | 28 % |
| Gemeindebrief | 25 % |
| Radiobeitrag | 23 % |
| <hr/> | |
| Keine davon | 20 % |

Kommunikationsbedürfnisse**



informieren sich am liebsten selbst über Themen der Kirche und/oder die Gemeinde.



möchten gerne unaufgefordert über Aktivitäten in ihrer Kirche und Gemeinde **informiert werden.**

Fragen: Uns interessiert nun, welche Medien und Kanäle der Kirche Sie nutzen. | In welchen Medien haben Sie in den letzten drei Monaten etwas zum Thema bzw. über die Kirche ganz allgemein wahrgenommen? | Bitte geben Sie an, wie stark Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Basis: 224 klimabewusste Verweigerer | * Mehrfachauswahl möglich | ** Dargestellt sind die Top-2-Werte (Zusammenfassung der Angaben „stimme voll und ganz zu“ + „stimme eher zu“).

Besondere Merkmale | Teil 1

| | Die klima- bewussten Verweigerer | Gesamte Stichprobe |
|---|--|-----------------------|
| Kontaktanlässe in den vergangenen 12 Monaten | | |
| Gottesdienst an einem Feiertag | 39 % | 47 % |
| Gottesdienst an einem normalen Sonntag | 21 % | 33 % |
| Kasualien (Taufe, Konfirmation, Trauung und Beerdigung) | 56 % | 59 % |
| Austausch über religiöse/kirchliche Themen* | | |
| Familie | 21 % | 28 % |
| Freunde; Bekannte | 19 % | 28 % |

| | Die klima- bewussten Verweigerer | Gesamte Stichprobe |
|---|--|-----------------------|
| Mitgliedschaft in der Kirche Ich bin Mitglied in der Kirche, weil...** | | |
| ... sie etwas für Arme, Kranke und Bedürftige tut. | 52 % | 55 % |
| ... meine Eltern auch in der Kirche sind bzw. waren. | 47 % | 51 % |

Fragen: Zu welchen Anlässen waren Sie in den letzten 12 Monaten in der Kirche? | Tauschen Sie sich regelmäßig mit anderen Personen über kirchliche bzw. religiöse Themen aus? Wenn ja, mit wem? | Es kann ja ganz unterschiedliche Gründe haben, weshalb man Mitglied in der Kirche ist. Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?

Basis: 224 klimabewusste Verweigerer | * Mehrfachauswahl möglich | ** Dargestellt sind die Top-2-Werte (Zusammenfassung der Angaben „trifft voll und ganz zu“ + „trifft eher zu“). | Markiert sind Unterschiede ab 15 Prozent zur gesamten Stichprobe.

Besondere Merkmale | Teil 2

| | Die klima- bewussten Verweigerer | Gesamte Stichprobe |
|--|--|-----------------------|
| Gründe für Verbundenheit* | | |
| Hilfe für gesellschaftlich benachteiligte Gruppen | 84 % | 78 % |
| Gemeindearbeit (z. B. Gottesdienst, Jugend- und Seniorengruppen) | 76 % | 77 % |
| Entwicklungszusammenarbeit/Brot für die Welt | 71 % | 59 % |
| Soziales Engagement* | | |
| In einem Verein (z. B. Feuerwehr, Sport) | 28 % | 30 % |

| | Die klima- bewussten Verweigerer | Gesamte Stichprobe |
|---|--|-----------------------|
| Gesellschaftlich-progressive Themen** | | |
| Der straffreie Abbruch einer Schwangerschaft muss unbedingt weiterhin gewährleistet sein. | 91 % | 84 % |
| Bei der Umstellung auf alternative Energiequellen (Wind, Sonne) müssen wir in Deutschland das Tempo erhöhen. | 86 % | 76 % |
| Es ist wichtig, Fragen zu Geschlecht und Identität (LGBTQ+) stärker als bislang zu behandeln. | 39 % | 36 % |
| „ Gendern “ (also das Einschließen aller Geschlechter) in der Sprache sollte eine Selbstverständlichkeit sein. | 33 % | 27 % |
| Die Zuwanderung nach Deutschland von Geflüchteten muss begrenzt werden. | 20 % | 37 % |
| Eine weitere Laufzeitverlängerung deutscher Atomkraftwerke wäre sinnvoll. | 25 % | 37 % |

Fragen: Wo sollte sich die Kirche Ihrer Meinung nach ganz besonders engagieren? | Beteiligen Sie sich in einer oder mehreren der folgenden Gruppen? | Im Folgenden geht es um einige gesellschaftlich kontrovers diskutierte Themen, zu denen man ganz unterschiedliche Meinungen haben kann. Wie stark stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Basis: 224 klimabewusste Verweigerer | * Mehrfachauswahl möglich | ** Dargestellt sind die Top-2-Werte (Zusammenfassung der Angaben „stimme voll und ganz zu“ + „stimme eher zu“). | Markiert sind Unterschiede ab 15 Prozent zur gesamten Stichprobe.

Typologie | Übersicht

| | Die Neo-konservativ-Religiösen | Die Religiös-Verbundenen | Die stillen Befürworter | Die Selbst-reflektierten | Die Onliner mit Ich-Bezug | Die klima-bewussten Verweigerer |
|--|--------------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------------|
| Affinität für Print-Nachrichten | +++ | + | + | - | -- | + |
| Affinität für Print-Unterhaltung | +++ | - | - | - | - | - |
| Affinität für öffentlich-rechtliche Medien | + | + | ++ | - | -- | + |
| Affinität für Social Media | +++ | -- | -- | + | + | - |
| Affinität für Streaming | +++ | -- | -- | ++ | + | - |
| Progressivität | - | + | - | + | - | + |
| Klima, Nachhaltigkeit und Sozialpolitik | - | + | + | - | -- | ++ |
| Schuld, Vergebung und Seelsorge | + | +++ | ++ | -- | - | -- |
| Praktiken (Meditation, Fasten, Pilgern) | + | ++ | - | +++ | - | - |
| Gebet und Bibel | ++ | +++ | -- | - | - | - |
| Hilfsangebote und Aufklärung | - | + | +++ | + | - | -- |
| Institution und prägende Feiertage | - | ++ | + | - | - | + |
| Gruppengrößen | (9 %) | (14 %) | (12 %) | (15 %) | (28 %) | (22 %) |

Basis: Die Stärke der Ausprägungen wird mit Hilfe der Zeichen --- (für besonders schwach) bis +++ (für besonders stark) ausgewiesen.

Nächste Schritte

Kommunikation der Befunde

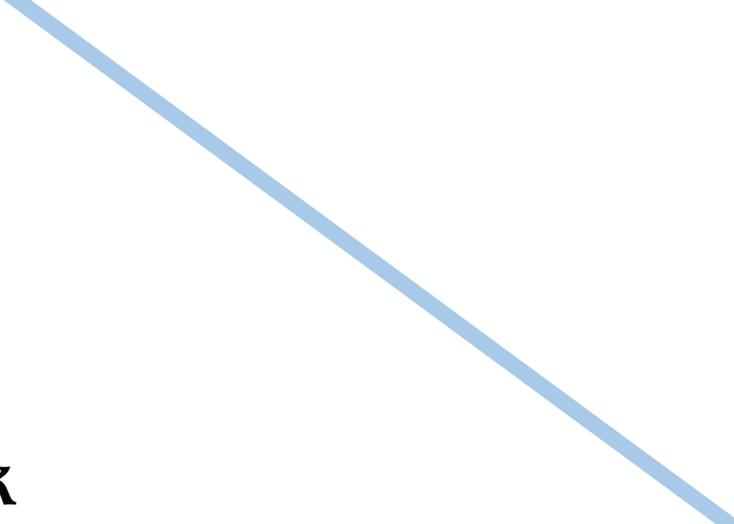
- | 23. März 2023: Konferenz Öffentlichkeitsarbeit
- | Welche weiteren Präsentationstermine gibt es?

Aufbereitung der Befunde

- | Wollen wir bei den vorgelegten Benennungen bleiben?
- | Ist ggf. ein Tabellenband mit den Typen als Kopfgruppen als Nachschlagewerk sinnvoll?
- | Brauchen wir evtl. ein Poster je Zielgruppe?

Verwertung der Befunde

- | Was bedeuten die Befunden für das ganze Team?
- | Was bedeuten sie für einzelne Teams (z. B. Social Media)?
- | Sollen diese Typen für die weiteren Kommunikation als verbindliche Grundlage dienen oder sind sie „Inspiration im Einzelfall“?
- | Über welchen Kanal soll vorwiegend welcher Typ angesprochen werden?
- | Wie können die Personen mit ihren zentralen Themeninteressen adressiert werden, ohne sie mit „Nicht-Themen“ zu vergraulen?
- | ...



aserto:

Wir begleiten bei
richtungsweisenden
Entscheidungen

**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit.**

aserto GmbH & Co. KG · Kriegerstraße 44 · 30161 Hannover
TELEFON (0511) 5156 78-0 · INTERNET www.aserto.de · E-MAIL info@aserto.de

