

Image-Studie von mission 21: Zusammenfassung

Zusammenfassung der Ergebnisse einer schriftlichen Befragung bei Pfarrpersonen, Kirchgemeindepräsidentinnen und -präsidenten sowie OeME-Beauftragte in Deutschschweizer Kirchgemeinden im Mai 2005

Im Auftrag von mission 21, evangelisches missionswerk basel, führte das Beratungsunternehmen Hans Krebs, Kommunikation und Publikumsforschung, in Zusammenarbeit mit dem LINK Institut für Sozial- und Marktforschung in evangelisch-reformierten Kirchgemeinden der Deutschschweiz eine Studie durch deren Ziel es war, das Missionsverständnis von Pfarrpersonen, OeME-Beauftragten und Kirchgemeindepräsidentinnen und -präsidenten näher kennen zu lernen. Zudem wollte man mehr über den Bekanntheitsgrad und das Image von mission 21 sowie über die Beanspruchung der von mission 21 angebotenen Dienstleistungen erfahren.

Im Mai 2005 wurden alle 819 evangelisch reformierten Kirchgemeinden in der Deutschschweiz angeschrieben und jeder Kirchgemeinde drei Fragebogen zugestellt (je ein Fragebogen für die Pfarrperson, den OeME-Beauftragten sowie den Kirchgemeindepräsidenten oder die -präsidentin). Allen Befragten wurde derselbe Fragebogen zugesandt.

Von den 819 angeschriebenen Kirchgemeinden haben 455 (55%) geantwortet. Von den insgesamt 2'457 versandten Fragebogen wurden 884 auswertbare Bogen zurückgeschickt (Rücklauf 36%). Bei den Pfarrpersonen betrug der Rücklauf 47%, bei den OeME-Beauftragten 30% und bei den Kirchgemeindepräsidentinnen und -präsidenten 31%.

Die Validität der Umfrageergebnisse wurde anhand einiger Referenzwerte aus der Spendenstatistik von mission 21 überprüft. Der Vergleich mit den effektiv eingegangenen Kirchgemeindespenden bestätigte die in der Umfrage gemachten Angaben.

Assoziationen zum Begriff ‚Mission‘

Zuerst wurden die drei Zielgruppen dazu befragt, was der Begriff «Mission» bei ihnen spontan auslöst. Aus sieben Antwortvorgaben wurden am häufigsten gewählt: *Partnerschaftliche Zusammenarbeit* (67%), *Entwicklungszusammenarbeit* (66%), *Weltweite Kirche/Internationalität* (58%), *Begegnungen unter Christen aus verschiedenen Teilen der Welt* (52%). 40% (vor allem männliche Pfarrpersonen) assoziierten den Begriff Mission mit der Aussage *Dass Nichtchristen zu Christen werden*. Nur relativ kleine Minderheiten verbinden den

Missionsbegriff mit *Wegbereitung des Kolonialismus* (13%) und *Geistlichem Imperialismus* (8%).

Motive für die Unterstützung von Missionswerken

Nahezu alle Befragten berichten, dass ihre Kirchgemeinde bereits ein oder mehrere Missionswerke unterstützt, und finden die Arbeit von Missionswerken grundsätzlich förderungswürdig. Als wichtigste Gründe für diese Unterstützung nennen sie in erster Linie *Solidarität und Gerechtigkeit* (82%) und den *Einsatz für weltweite Kirche* (61%). 48% (v.a. männliche Pfarrpersonen) berufen sich auf *den Missionsauftrag, den Jesus Christus ihnen gegeben hat*. Missionswerke werden aber auch unterstützt wegen *interessanter Projekte* (41%), wegen *der Religion als positiver Ressource* (40%); seltener wegen *guter Erfahrungen* (26%), wegen des Austauschs von Personen (26%) und wegen *hoher Professionalität* (17%).

Bekanntheit und Kontaktstärke von mission 21

mission 21, evangelisches missionswerk basel, hat von neun abgefragten Missionswerken die höchste Bekanntheit und weist die grösste Kontaktstärke aus: 95% der Befragten kennen mission 21, 45% pflegen regelmässige und weitere 35% gelegentliche Kontakte. Einen ebenfalls hohen Bekanntheitsgrad und eine grosse Kontaktstärke hat die Basler Mission (58% regelmässige und gelegentliche Kontakte). mission 21 und Basler Mission haben trotz ihrer regionalen Verankerung in der Nordwestschweiz auch in der übrigen Deutschschweiz einen markant höheren Bekanntheitsgrad und eine deutlich grössere Kontaktstärke als andere Missionswerke.

Kontakte mit anderen Missionswerken und säkular ausgerichteten Institutionen

Auf den weiteren Plätzen folgen Mission am Nil (25% regelmässige und gelegentliche Kontakte), Schweizer Allianz (17%), Bethlehem Mission Immensee (15%), World Vision (10%), Südafrika Mission (9%), Weltweiter Einsatz für Christen (6%), DM échange et mission (5%). Pfarrpersonen pflegen häufiger Kontakte mit Missionswerken als Kirchgemeindepräsidentinnen und -präsidenten sowie OeME-Beauftragte.

Kirchgemeinden, die mit mission 21 regelmässige Kontakte unterhalten, pflegen solche Kontakte überdurchschnittlich oft auch mit andern Missionswerken, d.h. sie stehen Missionswerken – und der Entwicklungszusammenarbeit – häufig generell positiv gegenüber. 7 von 10 Befragten geben an, ihre Kirchgemeinde unterstütze anstelle von kirchlichen Werken (auch) andere, eher säkular ausgerichtete Institutionen regelmässig (19%) oder gelegentlich (52%). Auch hier gilt: Kirchgemeinden, die mit mission 21 regelmässige Kontakte pflegen, unterstützen säkular ausgerichtete Institutionen eher als Kirchgemeinden, die keine Kontakte mit mission 21 unterhalten.

Das Image von mission 21: weltoffen und ökumenisch

mission 21, evangelisches missionswerk basel, gilt als *weltoffen* (71%) und *ökumenisch* (66%). Weitere Imageelemente, die übrigens besonders oft von Pfarrpersonen aufgeführt werden, sind *liberal* (34%), *interreligiös* (34%) und

modern (30%). *Weltoffen, ökumenisch* und *modern* werden besonders oft von Befragten genannt, die regelmässige Kontakte mit mission 21 pflegen. Nur selten genannt werden *evangelikal* (9%), *zu wenig bibeltreu* (8%), *profillos* (6%), *pietistisch* (5%), *charismatisch* (3%) und *rückständig* (1%).

Wie und weshalb wird mission 21 unterstützt?

9 von 10 Befragten geben an, dass sie über ihre Kirchgemeinde mission 21 unterstützen, und zwar durch Beiträge zur freien Nutzung (66%), durch Unterstützung einzelner Projekte (59%), Länderprogramme (13%) und themenspezifische Unterstützung (12%). Wer regelmässige Kontakte mit mission 21 pflegt, unterstützt tendenziell eher einzelne Projekte, Länderprogramme und themenspezifische Angebote; wer nur gelegentliche oder keine persönlichen Kontakte pflegt, leistet eher Beiträge zur freien Nutzung.

Die Unterstützung von mission 21 hat verschiedene Gründe: Hauptmotiv ist die *Solidarität mit den Armen der Welt* (71%). *Christliche Überzeugung* (59%) und die vor allem von Pfarrpersonen angesprochene *Tradition* (55%) spielen ebenfalls eine wichtige Rolle. Begründet wird die Unterstützung aber auch wegen guter Programme (39%), *transparentem Umgang mit Spenden* (30%), *persönlicher Verbundenheit* (23%) und *klarem Profil* (13%).

Nur gerade 6% der Befragten geben an, dass ihre Kirchgemeinde mission 21 nicht unterstützt. Dieses Umfrageergebnis wird durch die Spendenstatistik von mission 21 bestätigt: Seit Januar 2003 haben von den insgesamt 819 Deutschschweizer Kirchgemeinden 786 (96%) einen Beitrag an mission 21 überwiesen.

Bei mission 21 von Kirchgemeinden nachgefragte Dienstleistungen, Produkte und Programme

Die Kirchgemeinden beanspruchen oder unterstützen verschiedene Dienstleistungen, Produkte und Programme von mission 21: in erster Linie Angebote des Projektdienstes (23%) und die Referentenvermittlung für Kirchgemeinden (20%), etwas weniger häufig auch Module für Konfirmationsklassen (9%). Die beiden letztgenannten Dienstleistungen werden vor allem im Raum Basel nachgefragt. Zudem besteht ein Interesse an verschiedenen Programmen: Ausbildung von Jugendlichen in Kamerun (7%), AIDS-Information in Kongo (6%) und Traditionelle Heilmittel in Tomohon, Indonesien (4%). Wer diese Angebote schon genutzt hat, beurteilt sie aufgrund der gemachten Erfahrungen sehr positiv.

Fachkompetenz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von mission 21 wird positiv eingeschätzt

60% der Befragten können aufgrund der gemachten Erfahrungen die Fachkompetenz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von mission 21 beurteilen: 40% bezeichnen sie als *gut*, 15% als *sehr gut*. 40% haben (noch) nie direkt mit Mitarbeitenden von mission 21 zu tun gehabt

Bevorzugte Informationsmittel: Publikationen, aber auch Website und E-Mail

Wie möchten die Pfarrpersonen, Kirchgemeindepräsidenten und OeME-Beauftragten über mission 21 informiert werden? Bevorzugte Informationsmittel sind Publikationen (75%), aber auch die neuen Medien werden nachgefragt: 27% möchten sich über die Website informieren lassen, 20% über E-Mail (z.B. durch einen Newsletter), 14% wünschen persönliche Kontakte.

Fazit

mission 21 hat in den Deutschschweizer Kirchgemeinden bei Pfarrpersonen, OeME-Beauftragten sowie Kirchgemeindepräsidentinnen und -präsidenten einen sehr hohen Bekanntheitsgrad und nimmt unter den verschiedenen Missionswerken eine Leaderposition ein. 80% der befragten Personen berichten über regelmässige oder gelegentliche Kontakte mit mission 21. 90% der Umfrageteilnehmerinnen und -teilnehmer geben an, dass ihre Kirchgemeinde mission 21 unterstützt – ein Umfrageergebnis, das durch die Spendenstatistik bestätigt wird.

mission 21 profitiert von einem positiven, liberalen und modernen Image, das sich an Weltoffenheit und Ökumene sowie an partnerschaftlicher Entwicklungszusammenarbeit orientiert, die Prinzipien von Solidarität und Gerechtigkeit für die Armen dieser Welt hochhält, aus christlicher Überzeugung handelt und sich für eine weltweite Kirche engagiert. Pfarrpersonen unterhalten in der Regel die engsten Kontakte zu Missionswerken, aber auch Kirchgemeindepräsidentinnen und -präsidenten sowie OeME-Beauftragte sind wichtige Ansprechpartner.

Je regelmässiger die Kontakte, desto besser wird mission 21 beurteilt. Potential dürfte noch am ehesten in der Vermehrung und Verdichtung nachhaltiger Kontakte und einer Erhöhung und Vertiefung des Wissens um die von mission 21 angebotenen Dienstleistungen, Produkte und Programme zu suchen sein. Wichtig ist das Schaffen positiver Erfahrungen, das Einbinden in Projekte, u.a. durch eine kompetente Information. Als von den Kirchgemeinden favorisierte Informationsmittel stehen insbesondere Publikationen, vermehrt aber auch die neuen Medien – Website, E-Mail (z.B. Newsletter) – im Vordergrund, wobei auch persönliche Kontakte von Bedeutung sind.

Basel, 24. November 2005 / mission 21, evangelisches missionswerk basel

Für weitere Informationen oder Fragen wenden Sie sich bitte an:

Lukas Zemp, Leiter Abteilung Kommunikation und Marketing,

Telefon 061 260 23 15 oder E-Mail lukas.zemp@mission-21.org