

Aktion Feuer und Flamme für Freiwilligenarbeit zum 5. Dezember 2006

Auswertung (Zusammenfassung Aargau)

Von 45 verschickten Fragebogen kamen 22 ausgefüllt zurück, ein 23. mit wenigen Kommentaren. Die Auswertung spricht aus Gründen der Lesbarkeit durchgehend von Kirchgemeinden (KG); Pfarreien sind mitgemeint. *Kursiv* gesetzte Ausdrücke sind direkte Zitate aus dem Fragebogen und der Auswertung. FWA = Freiwilligenarbeit.

Zielerreichung

An erster Stelle stehen „*das grosse Engagement der Freiwilligen wurde anerkannt*“ (78%) und „*die Kirchgemeinde nimmt sich selbst als attraktive Anbieterin von FWA wahr*“ (76%).

An zweiter Stelle folgen „*Die Vielfalt der kirchl. FWA wurde sichtbar gemacht*“ (65%), „*der Nutzen der kirchl. FWA wurde öffentlich sichtbar gemacht*“ (60%) und „*die Kirchgemeinde wird als attraktive Anbieterin von FWA wahrgenommen*“ (60%).

(Interessant an diesem Auswertungskriterium ist, dass angestrebte und effektiv erreichte Ziele zum Teil auf interessante Weise differieren, z.B. nahm sich nur eine kleine Minderheit der Kirchgemeinden als attraktive Anbieterinnen von FWA wahr resp. wollte dies nach aussen tragen. Bei den erreichten Zielen wurden dann jedoch beide Aspekte häufig als hoch erfüllt eingestuft. Daraus kann vermutet werden, dass die Aktion auch bei den Veranstaltenden einen Umdenk- und Aufwertungsprozess in Bezug auf kirchliche FWA ausgelöst hat.)

Nutzung der zur Verfügung gestellten Dienstleistungen und Angebote

Genutzt wurde an erster Stelle das Logo, dicht gefolgt von den Plakaten, Zündholzschachteln und den Ideen zum Sichtbarmachen.

An zweiter Stelle stehen das Internetportal, die Fakten und Zahlen, die Postkarten, dicht gefolgt von den Slogans.

Mit grossem Abstand folgen die Planungsskizze und der lokale Presstext, wenig genutzt wurde der Ablauf von Anlässen, gar nicht die Bausteine für eine liturgische Feier und die Bezugsadresse für Finnenkerzen.

Die Reihenfolge für eine evtl. zukünftige Nutzung ist fast identisch.

Von einer Mehrheit wurden die Dienstleistungen als *hilfreich/brauchbar/gut/nützlich* bewertet. Der Umgang mit den Dienstleistungsangebot auf dem Internet war für 71% *gut*, für 15% *erfreulich*, und nur für je 7% *mühsam* oder *umständlich*.

Erfahrungen mit der Aktion

Erfreuliche Erfahrungen wurden von 54% der Mitmachenden genannt (*Zufriedenheit mit dem gelungenen Anlass; gute Gespräche und neue Begegnungen*).

Weniger erfreuliche Erfahrungen nannten 23% (*wenige Leute haben teilgenommen oder nur die bekannten KG-Mitglieder; Zeit im Advent nicht ganz so ideal*).

Nutzen der Aktion

Am grössten wurde der Nutzen für die KG bewertet, 2. für FW, 3. für Öffentlichkeitsarbeit. *Bewusstwerden und Sichtbarmachen wie viel durch FW getan wird* (18 Nennungen)

Die FW fühlen sich wahrgenommen und verdankt (11)

Sich treffen und kennen lernen (4)

Öffentlich präsent sein (3)

Sich als Teil eines Grösseren sehen (2)

Sich als FW „outen“ (1)

Pressereaktionen

15 von 21 Antwortenden konnten Hinweise und Berichte über die Aktion verbuchen.

Zusammenarbeit mit anderen

Im Aargau arbeiteten 33% mit anderen Kirchen zusammen, 5% mit der politischen Gemeinde, 19% mit anderen Institutionen.

Bewertung der Aktion

Die Ziele waren *klar und verständlich* (95%), die ersten Informationen für die *meisten zum genau richtigen Zeitpunkt* (84%). Die Unterlagen waren *gut verständlich* (75%). Der zeitliche Aufwand war im Verhältnis zum Nutzen *adäquat und stimmig* (44%) resp. *machbar* (50%).

Wiederholung der Aktion

Mehr als die Hälfte (53%) kann sich eine Wiederholung in 2-3 Jahren vorstellen, 47% alle 5 Jahre.

Nutzung des jetzigen Dienstleistungsangebots für FWA

Am meisten genutzt wurden *Leitfaden und Arbeitsinstrumente für FWA in ref. Kirchgemeinden* (11 Nennungen), gefolgt von den *Textbausteinen zum Ausfüllen des Sozialzeitausweises* (9) und der *Webseite www.ref-ag/mitarbeitende/freiwillige* (8). Am wenigsten genutzt wurden von den Antwortenden die *diversen Kurse und Veranstaltungen zum Thema FWA* (4).

Wünsche zur zukünftigen Unterstützung in der FWA

Dank für das Angebot, momentan keine weiteren Wünsche.
Weitere wenige resp. sehr spezifische Bemerkungen.

Vergleich mit der Auswertung der Aktion im Kanton Bern (Ref. Kirche BE-JU-SO)

Rücklauf sowie Aussagen sind mit wenigen Abweichungen in beiden Kantonen ähnlich, zum Teil unterscheidet sich die Gewichtung/Reihenfolge von Zielen, Wirksamkeit und Nutzen.

Wesentliche Unterschiede bestehen in der Zusammenarbeit mit anderen: Mit anderen Kirchen zusammen arbeiteten im Aargau 1/3 der Kirchgemeinden/Pfarreien (wohl eine erfreuliche Auswirkung der langjährigen Koordination der Freiwilligenarbeit in den Aargauer Kirchen!), in BE-JU-SO keine. Hingegen haben dort 3x mehr Gemeinden als im AG mit der politischen Gemeinde zusammen gearbeitet. Im Kt. AG arbeiteten 4x mehr Gemeinden mit anderen Institutionen zusammen.

Fazit der Auswerterin:

Durch die interkantonale Zusammenarbeit ist in den Dienstleistungen und Angeboten eine Vielfalt entstanden, die anzubieten sich gelohnt hat. So konnten die unterschiedlichsten Bedürfnisse der Kirchgemeinden und Pfarreien abgedeckt werden. Gleichzeitig wirkte die Aktion dadurch inspirierend und ermutigte auch selber mit anderen zusammenzuarbeiten.

Kommentare und Schlussfolgerungen der Auswerterin zur Erhebung im Kanton Aargau: Erika Lüthi, i-conet Beratung GmbH – www.i-conet.ch

Zielerreichung

- Die Anerkennung des grossen Engagements der Freiwilligen für eine attraktive und aktive Gemeinde / Pfarrei sowie die Kirchgemeinde / Pfarrei, die sich selber als attraktive Anbieterin von Freiwilligenarbeit wahrnimmt war eine Stärke (und gleichzeitig die Kraft) der Aktion.
- Diese Stärke wurde durch das Sichtbarmachen der Vielfalt, durch das öffentliche Bewusstmachen des Nutzens der kirchlichen Freiwilligenarbeit und durch die Wahrnehmung der attraktiven Anbieterin von Freiwilligenarbeit innerhalb der Kirchgemeinde / Pfarrei unterstützt und als solches auch von aussen wahrgenommen.
- Die Gewinnung neuer Freiwilliger und ein Aufschwung wurden trotz negativer Stimmen in den Bemerkungen im Vergleich zu der Setzung der Prioritäten als Ziel erreicht.
- Der Auftritt der Kirchgemeinde / Pfarrei als attraktive Anbieterin von Freiwilligenarbeit ist voll und ganz gelungen.

Nutzung der Angebote und Aufrechterhalten der Angebote

- Genutzt wurden vor allem die Angebote für den Auftritt nach aussen so wie die Ideen zum Sichtbarmachen und das Internetportal. Dies sind auch die Angebote, die die Kirchgemeinden / Pfarreien zukünftig wiederum vor allem nutzen möchten.
- Weniger oder gar nicht genutzt wurden die internen Instrumente. Diejenigen Kirchgemeinden / Pfarreien, die die internen Instrumente nutzten, empfanden diese als sehr hilfreich.
- Die zur Verfügung gestellten Angebote konnten in den Kirchgemeinden / Pfarreien in die bereits bestehenden Gefässe, Rituale und Traditionen eingebaut werden.
- Der Slogan Feuer und Flamme war für die Adventszeit ein guter Slogan.
- Der Slogan Feuer und Flamme hat sich auch als guter Werbeträger nach aussen erwiesen.

Durchgeführte Aktionen

- Die Aktion hat die Kirchgemeinden / Pfarreien angeregt zu den bereits vorhandenen Möglichkeiten die Angebote der Aktion mit ein zu beziehen.
- Die Aktion regte einzelne Kirchgemeinden / Pfarreien dazu an, Choreographien mit dem Symbol des Feuers und der Flamme zu gestalten.
- Die Zufriedenheit mit dem gelungenen Anlass an und für sich und die entstandenen interessante Gespräche und neue Begegnungen machten die Anlässe zu einem erfreulichen Erlebnis.

Nutzen

- Das Ziel des Bewusstwerdens und Sichtbarmachens, wie viel durch Freiwillige getan wird, hat viel mit Öffentlichkeitsarbeit zu tun, obwohl dies von vielen der antwortenden Personen auf den ersten Blick nicht als solches wahrgenommen wurde.
- Das Selbstbewusstsein der Kirche wurde hier mehr gestärkt, als dass sie dies selber wahrnimmt.

Wirkung der Aktion

- Die Wechselwirkung zwischen sich selber als attraktive Anbieterin für Freiwilligenarbeit wahrzunehmen und die eigene Wahrnehmung dieser Attraktivität nicht nur innerhalb sondern auch nach ausserhalb der Kirchgemeinden / Pfarreien zu tragen, zeigte eine starke Wirkung.
- Die Aktion hatte eine grosse Wirkung in der Öffentlichkeit, die Kirche konnte sich als attraktive Anbieterin von Freiwilligenarbeit zeigen.
- Unterstützt wurde dies durch die Zusammenarbeit mit andern Kirchgemeinden / Pfarreien, der politischen Gemeinden oder anderen Organisationen.
- Die zur Verfügung gestellten und von der interkantonalen Zusammenarbeit getragenen Werbemittel haben ihr Feuer und Flamme in die Aktion getragen.