

**Abschlussbericht
zur Kampagne 2013
„Sie haben die Wahl“**

Kampagnen sind in der EKM eine Methode, ein Thema schwerpunktmäßig zu bearbeiten. Dabei sollen die relevanten Kräfte gebündelt und zur Mitwirkung auf ein Ziel hin motiviert werden. Mit Beteiligungsangeboten und überwiegend kostenlosen Materialien soll den Gemeinden das Engagement erleichtert werden. Mit Kampagnen sollen das Zusammengehörigkeitsgefühl nach innen und die mediale Präsenz der EKM nach außen gestärkt werden.

Der Kampagnen-Arbeit liegt ein Konzept zugrunde, das 2012 vom Landeskirchenrat überarbeitet worden ist.

	Seite
1. Fazit	2
2. Thema und Ziele	3
3. Umsetzung	4
3.1 Briefwahl-Aktion und Beteiligung	5
3.2 Internetportal	6
3.3 Kommunikationsstrategie	8
3.4 Materialien	9
4. Evaluation	12
4.1 Auswertung per Fragebogen	12
4.2 Recherche in anderen Landeskirchen (EKD-Vergleich)	14
5. Medienresonanz	15
5.1 Presseauswertung	15
5.2 MDR-Rundfunkgottesdienst zum Abschluss der Kampagne	16
6. Ressourcen: Personell, finanziell	17
7. Ausblick	18
Anhang	19

1. Fazit

1. Vom 5. bis 27. Oktober 2013 wurden in allen Kirchengemeinden der Evangelischen Kirche in Mitteldeutschland (EKM) die Gemeindegemeinderäte neu gewählt. Die Entscheidung, aus diesem Anlass eine Kampagne zu starten, hat sich gelohnt:

a) Die Wahlbeteiligung konnte verdreifacht werden. (vgl. Kap. 3.1) Grund hierfür war die zentral organisierte, allgemeine Briefwahl, welche als zentrale Beteiligungsaktion in der Kampagne eingeführt wurde. Erstmals in der EKM erhielten die wahlberechtigten Kirchenmitglieder Briefwahl-Unterlagen direkt zugestellt. Im Vergleich zu den Gemeindegemeinderatswahlen 2007, bei denen die Wahlbeteiligung bei rund 10 % lag, konnte sie bei diesen Wahlen auf 31,4 % gesteigert werden. Der Vergleich mit anderen Landeskirchen der EKD zeigt, dass die EKM damit an zweiter Stelle hinter der Evangelischen Kirche der Pfalz rangiert, wo ebenfalls per allgemeiner Briefwahl gewählt wird. (vgl. Kap. 4.2)

b) Die Kommunikation in die Gemeinden ist gelungen. Sie wurde über ein informatives Materialangebot (vgl. Kap. 3.4), ein spezielles Internet-Portal (Kap. 3.2) und eine eigene Kommunikationsstrategie (Kap. 3.3) gesteuert. Dabei lag die Kommunikation in den Händen der Öffentlichkeitsarbeit, während die inhaltliche Zuarbeit und die fachliche Rückendeckung aus dem Gemeindegemeinderat erfolgte. Das Material wurde in den Gemeinden benötigt und zahlreich bestellt, wie die Abrufzahlen des Internetportals und des Bestell-Shops belegen. (vgl. Anhang 3.2.1 und 3.4.1)

c) Die dezernatsübergreifende Zusammenarbeit zwischen dem Gemeindegemeinderat (Referate Gemeindegemeinderat und Gemeinde) und der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist gelungen. Es konnten Ressourcen gebündelt werden, sodass keine zusätzliche Projektstelle geschaffen werden musste. (vgl. Kap. 6)

d) Mit vergleichsweise sparsamen finanziellen Mitteln konnte eine große Wirkung erzielt werden. (vgl. Kap. 6) So lag die Wahlbeteiligung von 31,4 % höher als etwa in der Evangelischen Kirche in Kurhessen-Waldeck, wo erstmals das Verfahren einer Online-Wahl getestet und eine Wahlbeteiligung von 26,8 % erreicht wurde. Zugleich lagen die Kosten in der EKM unter denen in Kurhessen-Waldeck. (vgl. Kap. 4.2 und Kap. 6)

2. Die ursprüngliche Idee, über die Kampagne zur GKR-Wahl die Themen „Demokratie“ und „Ehrenamt“ zu kommunizieren, ist nur in Ansätzen gelungen. (vgl. Kap. 2) Der Fokus der Kampagne lag eindeutig auf der Gemeindegemeinderatswahl. Es ist gelungen, zu den beiden Themenbereichen Arbeitsmaterialien zu erarbeiten und zwei Internetportale aufzubauen, welche auch nach der Kampagne genutzt werden können. (vgl. Kap. 3.2 und 3.4)

3. Im Vergleich zu den bisherigen Kampagnen entfaltete die Kampagne „Sie haben die Wahl“ wenig Außenwirkung, was sich etwa in der Medienresonanz niederschlägt. (vgl. Kap. 5.1) Dies ist vor allem auf die Gemeindegemeinderatswahl zurückzuführen, die in erster Linie ein innerkirchliches Thema ist.

4. Im Nachgang zur Kampagne wurde eine Fragebogen-Umfrage unter den Gemeindegemeinderäten der EKM durchgeführt, aus der heraus sich offene Fragen ergeben haben, die im Kollegium und Landeskirchenrat diskutiert worden sind. (vgl. Kap. 7 und Kap. 4.1) Die Ergebnisse sollen bei den nächsten Gemeindegemeinderatswahlen 2019 berücksichtigt werden.

2. Thema und Ziele

Anlässlich der Gemeindekirchenratswahlen 2013 rief die Evangelische Kirche in Mitteldeutschland die Kampagne „Sie haben die Wahl“ ins Leben. Im Mittelpunkt stehen die **Gemeindekirchenratswahlen**, umringt von den beiden Grundbausteinen „**Ehrenamt**“ und „**Demokratie**“.

Ziel der EKM-Kampagne 2013 war es, Menschen in Mitteldeutschland anzuregen, die ihnen von Gott gegebenen Gaben in Gemeinde und Gesellschaft einzubringen und so Kirche und Gesellschaft im Sinne des Evangeliums verantwortlich mitzugestalten. Sie sollte Räume eröffnen und das breite Spektrum an Möglichkeiten zeigen, um sich sinnvoll und kreativ zu engagieren.

Die Kampagne wandte sich an Christen und Nichtchristen in Mitteldeutschland und motivierte

- sie zu Engagement (u.a. im Gemeindekirchenrat),
- Gemeindeglieder zur Kandidatur im Gemeindekirchenrat
- alle Wahlberechtigten, sich an den Bundestags- und Gemeindekirchenratswahlen zu beteiligen.

Zugleich motivierte die Kampagne die Leitungsverantwortlichen darin, kirchliches Engagement zu fördern. Angesichts sich verändernder demographischer und gesellschaftlicher Bedingungen sollte die Kampagne helfen

- die sich verändernde Situation wahrzunehmen
- Gestaltungsspielräume für motivierte Ehrenamtliche zu eröffnen
- Mitbestimmung zu ermöglichen und
- bestehendes Engagement zu würdigen.

3. Umsetzung

Wie bei jeder Kampagne gab es eine zentrale Beteiligungsaktion und ein kostenloses Materialangebot für Gemeinden und Einrichtungen der EKM.

Zur Kommunikation der Kampagne wurde ein **Motiv** gefunden, das die Themen des Engagements in Verbindung mit (demokratischen) Wahlen ausdrückte. Es war bewusst in den Farben der EKM gehalten.



Wichtig bei der Umsetzung der Kampagne „Sie haben die Wahl“ waren folgende Instrumente:

- **Allgemeine Briefwahl** (zentrale Beteiligungsaktion) → Kapitel 3.1
- **Internet-Portal www.wahlen-ekm.de** → Kapitel 3.2
- **Kommunikationsstrategie** → Kapitel 3.3
- **Materialien** → Kapitel 3.4

Um die beiden Themen „Demokratie“ und „Ehrenamt“ umzusetzen, wurden zwei **Arbeitsgruppen** gegründet, die die Inhalte für die Materialien überlegten und zuarbeiteten.

Höhepunkte

13. April 2013	Start-Aktion auf dem Marktplatz in Lutherstadt Wittenberg zur Frühjahrssynode mit Zukunftskonferenz der Ev. Jugend
21./22.9.2013	2. Mitteldeutscher Kirchentag
22.9.2013	Bundestagswahl
5.10.-27.10.2013	Gemeindekirchenratswahlen in der EKM
30.10.2013	Pressekonferenz zur Bekanntgabe der Wahlergebnisse
31.10.2013	Rundfunkgottesdienst zum Abschluss

3.1 Briefwahl-Aktion und Beteiligung

Als **zentrale Beteiligungsaktion** für die Kampagne „Sie haben die Wahl“ diente die **allgemeine Briefwahl**. Gemeinden konnten für alle wahlberechtigten Kirchenmitglieder personalisierte Briefwahlunterlagen erhalten, sodass sie bequem von zu Hause aus wählen konnten. Mit diesem niedrighschwelligem Angebot sollte die Wahlbeteiligung deutlich gesteigert werden.

Die Unterlagen wurden zentral im Landeskirchenamt erarbeitet unter Beteiligung der Referate G1 Gemeinderecht, A3 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und F2 Meldewesen. In den Kirchenkreisen wurden die Unterlagen an die Pfarrämter weitergereicht, wo der Stimmzettel eingelegt und die Briefe an die Gemeindeglieder verteilt wurden – häufig zusammen mit dem Gemeindebrief.

Die Beteiligung an der allgemeinen Briefwahl war den Gemeinden freigestellt. Mit dem Beschluss über Wahltermin und Größe des Gemeindegemeinderates im Januar 2013 konnten Gemeinden auf dem vorgesehenen Formular ankreuzen, wenn sie sich nicht an der allgemeinen Briefwahl beteiligen wollten. Die Möglichkeit der individuellen Briefwahl bestand daneben fort.

Die Entwicklung und Herstellung der Briefwahlunterlagen kostete 105.000 Euro. Die Verteilung erfolgte überwiegend durch Ehrenamtliche.

An der Aktion beteiligen sich 79,4 % der Gemeinden, so dass rund 600.000 der insgesamt rund 725.000 stimmberechtigten Gemeindeglieder der EKM Briefwahl-Unterlagen persönlich adressiert zugestellt erhielten.

Mit der Aktion „Briefwahl für alle“ konnte die Wahlbeteiligung insgesamt auf 31,4 % gesteigert werden. Im Vergleich zu den Gemeindegemeinderatswahlen 2007 wurde sie somit verdreifacht. In den Gemeinden, die sich an der Aktion beteiligten, lag die Wahlbeteiligung im Durchschnitt bei 35,5 %, in den Gemeinden, die sich von der Aktion abgemeldet hatten, bei nur 14,9 %. Von allen Wählern gaben insgesamt 76,9 % ihre Stimme per Briefwahl ab.

Im Anhang:

3.1.1 Ergebnisse der GKR-Wahlen

3.1.2 Wahlbeteiligung nach Kirchenkreisen

3.2 Internetportal

Um alle inhaltlich relevanten Informationen an einer Stelle gebündelt anzubieten und die Kommunikation zu unterstützen, wurde ein spezielles **Internetportal** aufgebaut.

EVANGELISCHE KIRCHE
IN MITTELDEUTSCHLAND

Sie haben die Wahl

EINE KAMPAGNE DER EKM
ZU DEMOKRATIE UND EHRENAMT

STARTSEITE GKR-WAHL EHRENAMT DEMOKRATIE MATERIAL & SERVICE

Alle sechs Jahre werden die Mitglieder des Gemeindefürsorgeausschusses neu gewählt
Hier der Eisenacher Gemeindefürsorgeausschuss kurz nach der Wahl im Herbst 2007. Mehr aus Eisenacher Gemeindefürsorgeausschusswahl

Ihr Recht auf Mitbestimmung verwirklichen

Stellen Sie sich zur Wahl als Kirchenälteste!
Machen Sie im Oktober 2013 Ihr Kreuz auf dem Stimmzettel!
Bringen Sie sich ehrenamtlich in Ihrer Kirche ein!

Kontakt

Landeskirchenamt der Evangelischen Kirche in Mitteldeutschland (EKM)
Referat Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Annelie Hollmann
Kampagnerin
Michaelisstraße 39
99084 Erfurt
Fon 0361/51800-148
Fax 0361/51800-149
Annelie.Hollmann@ekmd.de

Wahl-Wegweiser

2013 NEU: BRIEFWAHL!

Unter www.wahlen-ekm.de konnten alle Vorbereitungsschritte nachvollzogen, die Gesetzestexte nachgelesen und alle Formulare heruntergeladen werden.

Nach dem Vorbild aus der Bayerischen Landeskirche wurde ein „Wahl-Wegweiser“ eingerichtet, mit dessen Hilfe man sich Schritt für Schritt durch die Vorbereitungsphasen hindurchklicken kann.

EVANGELISCHE KIRCHE
IN MITTELDEUTSCHLAND

Sie haben die Wahl

EINE KAMPAGNE DER EKM
ZU DEMOKRATIE UND EHRENAMT

STARTSEITE GKR-WAHL EHRENAMT DEMOKRATIE MATERIAL & SERVICE

Vorbereitung | Kandidatensuche | Wahl | Briefwahl | Neuer Gemeindefürsorgeausschuss | Recht

Gemeindefürsorgeausschusswahl 2013

Wahl-Wegweiser

Vorbereitung Kandidatensuche Wahl Neuer Gemeindefürsorgeausschuss

Vom 5. bis 27. Oktober 2013 stehen in allen Gemeinden und Kirchengemeindefürsorgeausschüssen die Wahlen zum Gemeindefürsorgeausschuss oder örtlichen Beirat bzw. Sprengelbeirat an. Erstmals wird es in diesem Jahr für alle Gemeinden die Möglichkeit zur Briefwahl geben.

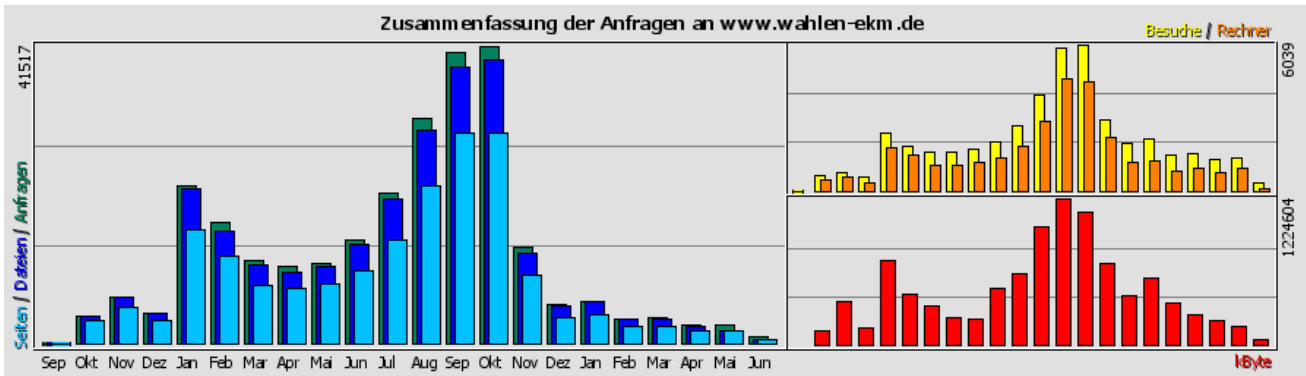
Kontakt

Landeskirchenamt der EKM
Dezernat Gemeinde
Angela Bernhard
Michaelisstraße 39
99084 Erfurt
Fon 0361/51800-323
gkr-wahl@ekmd.de

Die Gemeindefürsorgeausschusswahl bildet das demokratische Fundament unserer evangelischen Kirche. Das Bewusstsein selbst etwas bewirken zu können, bestärkt viele Menschen in ihrer Entscheidung, evangelisch Christ zu sein.

Folgen Sie Schritt für Schritt dem Wahl-Wegweiser!

Wahl-Wegweiser



Seiten: alle Besuche auf einzelnen Seiten des Portals (z.B. html, asp, txt)
 Dateien: alle aufgerufenen Dateien auf Portal (z.B. html, gif, css)
 Anfragen: alle über Suchmaschinen angebotenen Ergebnisse
 (inklusive nicht aufgerufene Seiten)

Besuche: tatsächliche Zugriffe
 Rechner: Zugriffe von einer IP-Adresse
 kByte: Datenmenge der aufgerufenen
 Seiten

Das Internetportal wurde sehr gut angenommen, wie sowohl die Zugriffszahlen, als auch die Befragung im Nachgang der GKR-Wahl belegen. Die Idee, das notwendige Material für die Wahlvorbereitung nur online anzubieten, ist aufgegangen. Dadurch konnten Versandkosten gespart werden.

Die Zugriffszahlen lagen zwischen September 2012 und Juni 2014 bei insgesamt 46.261 Besuchern (vgl. 3.2.1), der Tagesdurchschnitt im Kampagnenzeitraum zwischen 53 und 198. Die angesehenen Seiten (in Spitzenzeiten zwischen 521 und 986 pro Tag) und aufgerufenen Dateien (zwischen 340 und 1.286 pro Tag) folgen demselben Muster. Für ein Themenportal ist dies ein sehr gutes Ergebnis.

Verglichen mit dem Kampagnen-Portal klimawandel-lebenswandel.de (19.633 Besucher) und „Gesegnete Unruhe“ (2.676 Besucher) hatte dieses Internetportal die höchsten Zugriffszahlen. Dies ist in erster Linie auf den Informationsbedarf zu den GKR-Wahlen zurückzuführen.

Die Zugriffszahlen zeigen, dass es mehrere Höhepunkte bei der Nutzung des Portals gab. Ab der öffentlichen Bekanntmachung im Oktober 2012 gibt es nennenswerte Besuche. Ein erster Höhepunkt ist im Januar 2013 erreicht, als die ersten Beschlüsse fällig waren und somit die ersten Formulare benötigt wurden. Die meisten Zugriffe lagen zwischen Juli und Oktober 2013 mit dem Höhepunkt im Wahlmonat Oktober.

Bei den Anfragen zeigt sich zudem, dass etwa 60 % der Anfragenden durch direkte Eingabe der Web-Adresse auf das Portal gelangten. Das belegt, dass die Domainadresse bekannt war und direkt verwendet wurde. Die übrigen Anfragen gelangten über Suchmaschinen oder Verlinkungen auf anderen Seiten in das Portal.

Auch die Ergebnisse aus der Befragung nach der Kampagne zeigen, dass das Internetportal sehr gut angenommen wurde. 76 Prozent der Befragten gaben an, dass es ihnen „gut“ und „sehr geholfen“ habe.

Bei der Einrichtung des Portals wurde die **Nachnutzung** mitbedacht. Nach Abschluss der Kampagne sind daraus zwei Portale entwickelt worden:

- ein Portal zu „Wahlen in der EKM“ weiterhin unter **www.wahlen-ekm.de**
- ein Ehrenamtsportal unter **www.ehrenamt-ekm.de**

Im Anhang:
3.2.1 Nutzung des Internetportals

3.3 Kommunikationsstrategie

Wichtig für die Umsetzung der Kampagne war eine geregelte Kommunikation zwischen Landeskirche, Kirchenkreisen, Gemeinden und Gemeindegliedern. Hierfür wurde eine **Kommunikationsstrategie** entwickelt, die aus folgenden Strängen bestand:

1. Veröffentlichungen in EKM-intern
2. Konventsbesuche
3. Info-Mails an Kirchenkreise
4. Service-Telefon

1. Veröffentlichungen in EKM-intern

In der Monatszeitschrift „EKM intern“, die von Haupt- und Ehrenamtlichen in der EKM bezogen wird, wurde eine Rubrik „GKR-Wahlen 2013“ eingerichtet, in der regelmäßig zu Themen rund um die Gemeindegliederratswahlen informiert wurde. Die Themen wurden im Vorfeld geplant und die Texte von den zuständigen Abteilungen verfasst.

(siehe „Plan EKM intern“ im Anhang)

2. Konventsbesuche

Aus den Referaten G1 und A3 informierten Mitarbeitende bei 12 Pfarrkonventen, 3 Kreissynoden und 8 Zusammenkünften von Kirchenältesten über die Vorbereitung und Durchführung der GKR-Wahl.

3. Info-Mails an Kirchenkreise

In 13 Rundmails wurden die Kirchenkreise über den jeweils aktuellen Stand der Vorbereitungen informiert, auf anstehende Fristen aufmerksam gemacht und über Lösungen für Problemstellungen informiert, die sich während der Wahlen ergaben. (siehe Kommunikationsplan im Anhang)

4. Service-Telefon

Im gesamten Wahlzeitraum vom 4. bis 27. Oktober wurde ein Service-Telefon im Landeskirchenamt eingerichtet, das auch außerhalb der Geschäftszeiten bis 20 Uhr und an den Wochenenden von 9 bis 20 Uhr erreichbar war. Die Nummer lautete 0361 51800-312, und Anrufe wurden außerhalb der Dienstzeit auf das Mobiltelefon der/des diensthabenden Mitarbeitenden weitergeleitet. In den Dienst teilten sich mehrere Kolleginnen und Kollegen aus den Referaten A1, A3 und G1 hinein.

Mehr als 400 telefonische Anfragen und etwa 170 schriftliche Anfragen gingen im Landeskirchenamt ein.

Im Anhang:
3.3.1. Plan EKM intern
3.3.2 Kommunikationsplan

3.4 Materialien

Um die Anliegen der Kampagne in die Gemeinden zu transportieren, wurden wie bei jeder Kampagne **Materialien** hergestellt, die den Gemeinden kostenlos angeboten wurden.

Das Material für die Kampagne war streng danach ausgerichtet, über das Thema zu informieren, zur Mitarbeit einzuladen und denjenigen, die aktiv werden wollten, so viel wie möglich Arbeit abzunehmen, also einen größtmöglichen Service zu bieten.

Im Vergleich zu den vergangenen beiden Kampagnen war der Materialabruf deutlich höher. (Abrufzahlen im Einzelnen siehe Anhang)

Materialübersicht

Postkarte

Postkarte mit dem Motiv der Kampagne.
Rückseite frei.
kostenlos

Arbeitsheft „Sie haben die Wahl“

Vorstellung der EKM-Kampagne mit Ideen und Anregungen für die Gemeindegliederarbeit, Hintergrundinformationen und Serviceangeboten.
21 cm x 29,7 cm (DIN A4)
76 Seiten
kostenlos

Eindruck-Plakate

Plakatvordrucke im Format A3 und A4 für Veranstaltungen während der Kampagne.
21 cm x 29,7 cm (DIN A4) und 29,7 cm x 42 cm (DIN A3)
kostenlos

Kandidaten-Flyer

Aufruf an Gemeindeglieder, sich als Kandidaten für die Gemeindegliederwahl aufstellen zu lassen. Beschreibung der Aufgaben eines Kirchenältesten und der Arbeitsweise eines Gemeindegliederates.
21 x 10,5 cm (DIN lang) gefaltet
kostenlos



Wahlauf-ruf-Flyer

Wahlauf-ruf zur Bundestagswahl
am 22. September 2013 und zur
Gemeindekirchenratswahl vom
5. bis 22. Oktober 2013.
21 x 10,5 cm (DIN lang)
kostenlos



Briefwahlunterlagen

... Anschreiben mit Wahlbeschreibung,
Versandhülle mit Fenster, Wahlschein,
Kuvert 1 und Kuvert 2.
kostenlos



Lesezeichen

... für Gesangbücher, das auf die Kampagne
und die Gemeindekirchenratswahl aufmerksam
macht. Rückseite frei.
5 x 14,8 cm
kostenlos



Briefkastenaufkleber

... zur Kennzeichnung der Briefkästen, in welche
die Briefwahlunterlagen eingeworfen werden sollen.
10,5 x 3,5 cm, kostenlos



Kirchturmbanner

Kirchturmbanner „Sie haben die Wahl“.
Ringsum alle 50 cm geöst.
Material: Polyester
200 x 400 cm
Hochformat
Verleih: kostenlos
Verkauf möglich



Tischbanner

Tischbanner „Sie haben die Wahl – Gesicht zeigen,
Wählen gehen“.
Ringsum alle 50 cm geöst.
Material: Polyester, 200 x 75 cm, Querformat
Verleih: kostenlos
Verkauf möglich



A1-Plakat für Aufsteller

Für Aufsteller vor dem Wahllokal am Tag der Wahl.
DIN A1
kostenlos



Dankurkunden

... zur Verabschiedung von Kirchenältesten,
mit Text und Unterschrift der Landesbischofin
und blanko.
21 cm x 29,7 cm (DIN A4)
kostenlos

Sprühschablonen

... zur Markierung von Wegen.
Sprühkreide kann online bestellt werden.
50 x 50 cm
kostenlos



Leporello Ehrenamt

... Porträts von 8 Ehrenamtlichen,
welche die Bandbreite ehrenamtlichen Engagements in der EKM aufzeigen.
21 x 10,5 cm (DIN lang)
gefaltet
kostenlos



4. Evaluation

4.1 Auswertung per Fragebogen

Nach Abschluss der Kampagne wurden die Gemeindegliederatsvorsitzenden und Pfarrer/innen der EKM mithilfe eines Fragebogens nach ihrer Einschätzung zu den Gemeindegliederatswahlen befragt. Der Fragebogen war in EKM intern abgedruckt und wurde per E-Mail über die Superintendenturen verschickt. Insgesamt **169 Fragebögen** kamen zurück. Das entspricht einer Rücklaufquote von 16,4 %, gemessen an der Zahl der Pfarrstellen, und ist ein normaler Rücklauf, der statistisch verwertbar ist.

Unter den Befragten lag die Wahlbeteiligung bei durchschnittlich 39,2 %, also 7,8 % höher als die durchschnittliche Wahlbeteiligung in der gesamten EKM (31,4 %). Von der zentral organisierten Briefwahl-Aktion hatten sich von den Befragten lediglich 15 % abgemeldet, während es EKM-weit 20,6 % waren. Das zeigt, dass die Zahl derjenigen, die eine vergleichsweise hohe Wahlbeteiligung hatten und sich an der zentralen Briefwahl beteiligten, in der Umfrage leicht überwog. Die meisten Fragebögen wurden aus den Kirchenkreisen Halberstadt und Südharz zurückgeschickt (jeweils 10), die wenigsten aus den Kirchenkreisen Eisenach-Gerstungen, Eisleben-Sömmerda, dem Reformierten Kirchenkreis und Waltershausen-Ohrdruf (je 1).

Es stellt sich die Frage, wie Angebote und Aktivitäten genauer auf den Bedarf von Kirchengemeinden zugeschnitten werden können, wenn die Rücklaufdisziplin in einzelnen Regionen so gering ist.

Insgesamt fällt **die Bewertung der Gemeindegliederatswahlen positiv** aus. Das zeigen die Rückmeldungen zu den einzelnen Schritten der Wahl, welche von 80 bis 97 % der Befragten positiv eingeschätzt wurden. Auch mit dem angebotenen Material und den Serviceleistungen des Landeskirchenamtes zeigte sich die Mehrheit zufrieden. Besonders positiv hervorgehoben wurde das **Internetportal**, welches wichtige Informationen zu den Wahlen sowie alle Formulare zum Download bereit hielt. Der Arbeitsaufwand insgesamt wurde teilweise als sehr hoch eingeschätzt. Die Abfrage der einzelnen zu leistenden Schritte ergab jedoch, dass sie nachvollziehbar und relativ mühelos leistbar waren.

Probleme gab es vielerorts mit **fehlerhaften Rückläufen aus der Briefwahl**. Häufig verstanden vor allem ältere Wählerinnen und Wähler trotz Bedienungsanleitung nicht, wie die einzelnen Briefwahlunterlagen in die verschiedenen Umschläge zu stecken waren und schickten sie unvollständig oder falsch eingetütet zurück. Hier fehlten entsprechende gesetzliche Regelungen, wie der Wahlvorstand mit ihnen umzugehen hat.

Auch die neu geschaffene Möglichkeit der **Stimmenkumulation** (dass man einer/m Kandidatin/en bis zu 3 Stimmen geben kann) sorgte mancherorts für Irritationen und führte teilweise zu ungültigen Stimmen. Auf die direkte Frage, ob die neu geschaffene Möglichkeit der Stimmenkumulation sinnvoll gewesen sei, antworteten knapp 62 % mit „Ja“ und „Ja, sehr“.

Die getrennte **Erfassung der Frauen in der Wahl Niederschrift wurde kritisiert**, da sie einen zusätzlichen Aufwand für den Wahlvorstand bedeutete, dessen Sinn sich nicht unmittelbar erschloss.

Für Diskussion sorgte die gesetzlich **vorgeschriebene Mindestöffnungszeiten der Wahllokale** von mindestens drei Stunden. Hier plädierten viele dafür, die Zeit auf eine oder zwei Stunden

zu reduzieren. Viele sprachen sich aber auch dafür aus, diese Entscheidung den Gemeinden zu überlassen und gar nicht gesetzlich zu regeln. Wieder andere waren dafür, die Wahlbüros ganz aufzuheben und nur noch per Briefwahl wählen zu lassen. Das Problem der langen Öffnungszeiten stellte sich vor allem auf den Dörfern. So wurde vorgeschlagen, die Länge der Öffnungszeit an die Größe der Gemeinde zu binden. Außerdem wurden zentrale Wahllokale für mehrere Gemeinden oder eine Region gewünscht.

Für einigen Ärger sorgten die **nicht nach Straßen**, sondern namentlich und zum Teil nach Geschlechtern getrennt **sortierten** zentral zur Verfügung gestellten **Briefwahlunterlagen**. Diese Unannehmlichkeit beruhte auf einem Fehler der Druckerei, der so nicht beabsichtigt und im Nachhinein auch nicht reparabel war.

Die Umfrage gibt weiterhin Aufschluss darüber, wie die **Fristen** bei den nächsten Wahlen weiter optimiert werden können. So lag ein wichtiger Rückmeldetermin in den Sommerferien. Eine große Mehrheit sprach sich aber **für die Beibehaltung des Wahltermins im Oktober** aus. Der Zeitraum für die Konstituierung des neuen Gemeindekirchenrates ist für Pfarrerrinnen und Pfarrer mit sehr vielen Gemeinden zu eng bemessen.

Vor allem in kleineren Gemeinden wurde das **Wahlprozedere zum Teil** als **unangemessen** und übertrieben angesehen. Dies drückt sich z.B. darin aus, dass ein schriftlicher Kandidatenvorschlag mit mehreren Unterstützerunterschriften als überflüssig angesehen wurde.

Bei zukünftigen Wahlen sollten **Kirchgemeindev Verbände (KGV) und Pfarrbereiche** noch **stärker mitbedacht** werden. Häufig scheint der Fokus von Seiten der Landeskirche zu sehr auf der Gemeindepraxis einzelner Kirchengemeinden zu liegen. Doch die Realität ist inzwischen mancherorts eine andere. Auch das ergab die Umfrage.

Die Ergebnisse der Umfrage dienen als Grundlage für die Überarbeitung des Gemeindekirchenratsgesetzes. Außerdem werden die Formulare für die nächsten Wahlen entsprechend der Korrekturhinweise aus den Gemeinden angepasst.

Im Anhang:

- 4.1.1 Evaluationsergebnis der GKR-Wahlen (Fragebogenauswertung)
- 4.1.2 Rücklauf der Fragebögen aus den Kirchenkreisen der EKM

4.2 Recherche in anderen Landeskirchen (EKD-Vergleich)

Um das erzielte Wahlergebnis EKD-weit einordnen zu können, wurden Informationen aus den übrigen Landeskirchen in der EKD eingeholt. Danach gibt es **drei weitere Landeskirchen, die ebenfalls schon die zentrale Briefwahl eingesetzt haben – mit ähnlichem Erfolg:**

- Landeskirche der Pfalz 2008: 33,2 %
- Badische Landeskirche 2007 und 2013: 20% und 20-24,3 %
- Bayerische Landeskirche 2012: 19,9 %

Die **EKM** liegt mit der erreichten Wahlbeteiligung von 31,4 % im Vergleich zu den übrigen Landeskirchen der EKD **an zweiter Stelle** nach der Pfalz mit 33,2 %. Berücksichtigt man, dass in der ehemaligen Mecklenburgischen Landeskirche 2004 nach einer Gesetzesänderung eine geschätzte Wahlbeteiligung von über 40 % (nach eigenen Angaben) erzielt wurde, so läge die EKM an dritter Stelle.

In der badischen Landeskirche wurde die allgemeine Briefwahl bereits zweimal eingesetzt: 2007 noch freiwillig für jede Gemeinde und 2013 verbindlich für alle Gemeinden.

In der Evangelischen Landeskirche Kurhessen-Waldeck wurde 2013 erstmals in der EKD das Instrument der **Online-Wahl** getestet. Die Wahlbeteiligung konnte damit von 25,73 % (2007) um 1 % auf 26,79 % (2013) gesteigert werden. Der Versand der Wahlbenachrichtigungskarten – was in Kurhessen-Waldeck von je her zur Praxis gehört – mit einem personalisierten Code kostete 200.000 Euro und die Bereitstellung der Technik 125.000 Euro.

Weitere Erfahrungen im Raum der EKD gibt es mit einem **online-gestützten Auswertungsverfahren**. Die Wahlergebnisse (und zuvor der Stimmzettel) werden über eine spezielle Software erfasst und EDV-gestützt ausgewertet. Dieses Verfahren wurde bisher in der Badischen Landeskirche, der Oldenburgischen Landeskirche und Berlin-Brandenburg – Schlesische Oberlausitz angewendet.

5. Medienresonanz

5.1 Presseauswertung

Die systematische Presseauswertung wurde 2013 eingestellt. Für diesen Bericht wurde der vorhandene Presseertrag erfasst und der Abdruck in den regionalen Printmedien und zum Teil in den Lokalteilen berechnet. Die Meldungen im Lokalteil sind allerdings nicht systematisch erfasst. Des weiteren besteht bisher nicht die Möglichkeit, Beiträge im Rundfunk und Fernsehen zu erfassen, weshalb die Presseauswertung eingestellt wurde.

	<i>Sie haben die Wahl</i>	<i>Klima-Kampagne</i>	<i>Gesegnete Unruhe</i>
Gesamtabdruckrate:	3.295.000	3.471.000	9.666.000
Kontakte:	6.590.000	6.942.000	19.332.000

Die vier ertragreichsten Pressemitteilungen im Vergleich

	<i>Sie haben die Wahl 2013</i>	<i>Klima-Kampagne 2011</i>	<i>Gesegnete Unruhe 2009</i>
<i>Pressemitteilung (PM)</i>	1. Ankündigung der GKR-Wahl	1. Start Autofasten	1. Kampagnenstart in MD Lichtinstallation
<i>Abdrucke</i>	765.000	870.000	1.032.000 (ohne Gen.anzeiger)
<i>PM</i>	2. Neue GKR gewählt	2. Kampagnenstart Halle Hauptbahnhof	2. Landtagswahl in Thüringen (EKM- Wahlauf Ruf)
<i>Abdrucke</i>	706.000	825.000	655.000
<i>PM</i>	3. Kampagnenstart in Wittenberg	3. Erntedankfest	3. Montagsgebete in der EKM
<i>Abdrucke</i>	451.000	605.000	640.000
<i>PM</i>	4. Meile der Demo- kratie	4. Autofasten Aus- und Rückblick	4. Kampagnenstart in EF Lichtinstallation
<i>Abdrucke</i>	342.000	325.000	605.000

Die Abdruckzahlen bei dieser Kampagne sind insgesamt niedriger ausgefallen als bei den beiden vorherigen. Das ist vor allem auf die innerkirchliche Ausrichtung zurückzuführen.

5.2. MDR-Rundfunkgottesdienst zum Abschluss der Kampagne

Zum Abschluss der Kampagne 2013 hat die Evangelische Kirche in Mitteldeutschland dem Thema einen Rundfunkgottesdienst am Reformationstag (31. Oktober 2013) gewidmet. Ziel war es, den Inhalt der Kampagne hörbar zu machen. So suchte die Rundfunkbeauftragte eine Gemeinde, die das mündige Engagement von getauften Christinnen und Christen veranschaulichen kann. Gleichzeitig sollte sie einen Bezug zum Reformationstag haben. Als Luther-Ort hat sich die Gemeinde Stotternheim bereit erklärt. Sie hat die Wahl ihres Gemeindegemeinderates so gelegt, dass sie am 31. Oktober bereits die neuen Mitglieder verpflichten und einsegnen konnte. Dies war Teil der Radio-Übertragung. Das „Ja mit Gottes Hilfe“ und der Segen sind gut verständlich herübergekommen.

In der Begrüßung und der Predigt konnte Landesbischöfin Ilse Junkermann das Thema des Wächteramtes herausarbeiten, eine Übertragung in viele andere Lebensbereiche wurde möglich. Es war ein intensiver Gottesdienst mit sehr guten Reaktionen anschließend am Hörertelefon. Er wurde als Ermunterung zum Engagement wahrgenommen.

Mit diesem Gottesdienst erreichte die Kampagne eine Hörergemeinde von 200 – 300.000 Menschen in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. Per Internet-Livestream war er weltweit zu empfangen.

Während des Gottesdienstes drehte ein Team vom MDR-Thüringen-Journal einen Beitrag, der abends gesendet wurde. Der Autorin gelang ein guter Einblick in die Mühen der Arbeit von Gemeindegemeinderäten, aber verdeutlichte zugleich sehr gut die Notwendigkeit des Engagements. Auch hier wurde ein großes Fernsehpublikum erreicht. Medial gesehen war der Abschluss auch der Höhepunkt der Kampagne.

6. Ressourcen: Personell, finanziell

Mit der Vorbereitung und Umsetzung der Kampagne war das Referat A3 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Landeskirchenamt mit der Kampagnerin betraut. Aus dem Thema der Kampagne 2013 ergab sich eine enge Zusammenarbeit mit dem Gemeindedezernat, insbesondere dem Leiter des Referates Gemeinderecht und seinen Mitarbeiter/innen sowie anfangs der Referentin für Ehrenamt-lichenarbeit und die Vorbereitung der GKR-Wahlen.

Die Vorbereitung und Begleitung der GKR-Wahlen wurde nur mit vorhandenem Personal gestaltet. Es wurde nicht – wie in anderen Landeskirchen – eine zusätzliche Projektstelle geschaffen. Die Kampagne (Referat A3) unterstützte das Gemeindedezernat (Referat G1 und G2).

Mit dem vorhandenen Personal konnte die Einrichtung eines Service-Telefons und die Beantwortung der zahlreich eingehenden E-Mails optimal gewährleistet werden.

Die dezernatsübergreifende Zusammenarbeit zwischen den Referaten Gemeinderecht und Öffentlichkeitsarbeit gestaltete sich hervorragend. Die Gemeindegemeinderatswahl konnte professionell organisiert werden.

In der Kampagnen-Werkstatt sind für die Kampagnen-Organisation wesentliche Arbeitsbereiche zusammengeschlossen (Gemeindedezernat, Gemeindedienst, Kirchenkreisvertreter, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising, Bildungseinrichtungen); die Werkstatt bereitet die Kampagne inhaltlich vor und kommuniziert sie nach innen.

Finanziert wurde die Kampagne über das **Kampagnen-Budget** sowie ein zusätzliches **Budget im Gemeindedezernat** (ca. 125.000 €). Aus letzterem wurden Herstellung und Versand der Briefwahlunterlagen, der Aufbau des Internet-Portals sowie weitere Produkte, wie z.B. die Eindruckplakate, Kandidaten- und Wahlaufzugsflyer, finanziert.

Die Kampagne hat insgesamt etwa 40.000 € gekostet.

Kampagnen-Budget

Ausgaben 2012	7.046,91 €
Einnahmen 2012	713,00 €
Haushaltsansatz 2012:	40.000,00 €
Ausgaben 2013	33.143,63 €
Einnahmen 2013	213,85 €
Haushaltsansatz 2013:	30.000,00 €
Ausgaben 2014 (Stand Juli 2014)	2.581,21 €
Einnahmen 2014 (Stand Juli '14)	239,00 €
Haushaltsansatz 2014:	20.000,00 €

Der Haushaltsansatz wurde ab 2012 kontinuierlich abgeschmolzen und bis 2014 halbiert. Das Sachbuch ermöglicht es, nicht verwendete Mittel in das darauffolgende Haushaltsjahr zu übertragen, sodass für zukünftige größere Projekte – etwa zum Reformationsjubiläum – geeignete Mittel bereit stehen. Eine detaillierte Finanzübersicht für die Jahre **2012** (Vorbereitungsjahr), **2013** (Kampagnenzeitraum) und **2014** (Nachgang der Kampagne) befindet sich im Anhang.

Im Anhang:

6.1. Finanzübersicht für die Haushaltsjahre 2012, 2013 und 2104

7. Ausblick

Auf Grundlage der Auswertung der Fragebögen (vgl. Kap. 4.1) sind – erarbeitet vom Referat G1 und A3 – Fragen zur Weiterentwicklung des Gemeindekirchenratsgesetzes (GKR-G) zusammengestellt worden. Diese wurden im April 2014 vom Kollegium behandelt und im Mai 2014 in den Landeskirchenrat eingebracht.

1. Soll die Briefwahl für alle Wahlberechtigten verbindlich für alle Kirchengemeinden geregelt werden oder soll es weiter die Möglichkeit zur Abmeldung geben?
2. Soll 2019 der Einstieg in die Online-Wahl erfolgen?
3. Soll der Wahltermin im Oktober beibehalten werden?
4. Soll die Möglichkeit zur Stimmenkumulation beibehalten werden?
5. Soll die Möglichkeit geschaffen werden, Wahllokale für mehrere Stimmbezirke zusammenzufassen? (Bindung an Teilnahme an der allgemeinen Briefwahl?)
6. Soll vorgegebene Öffnungszeit der Wahllokale generell verkürzt oder die Möglichkeit zur Verkürzung für die GKR eröffnet werden? (Bindung an Teilnahme an der allgemeinen Briefwahl?)
7. Soll das aktive Wahlrecht zukünftig nur noch an Taufe und Vollendung des 14. Lebensjahres gebunden werden?
8. Sollen die Vorgaben für Kandidatenvorschläge verändert werden?
(z.Z. entweder Vorschlag mit 5 Unterschriften oder Vorschlag GKR)
9. Soll die Möglichkeit der Abgabe einer „Proteststimme“ eingeführt werden?
(z.B.: *Ich will an der GKR-Wahl nicht teilnehmen. O*)
10. Soll nach Möglichkeit der zentrale Druck von Stimmzetteln angeboten werden?
(Könnte über ein Online-Portal angeboten werden.)
11. Soll eine online-gestützte Auswertung installiert werden?
(Online-Portal zur Eintragung der Ergebnisse)
12. Wie kann der Service für die Kirchengemeinden weiter verbessert werden?

Die Voten aus Kollegium und Landeskirchenrat zu den vorgenannten Fragen bilden die Grundlage für eine Überarbeitung des Gemeindekirchenratsgesetzes in Vorbereitung auf die nächsten Wahlen 2019.

ANHANG

Anhang zu Kapitel 3: Umsetzung

3.1.1 Ergebnisse der GKR-Wahlen

Stand 31.3.2014

Anzahl der Stimmberechtigten:	721.209
Anzahl der gewählten Kirchenältesten:	11.807
davon Frauen:	58,2 Prozent
Anzahl der gewählten Gemeindeglieder:	1.910
Anzahl der Kandidatinnen und Kandidaten:	14.382
Briefwahl-Aktion:	in 79,5 Prozent der Gemeinden

Wahlbeteiligung

Gesamt:	31,4 Prozent
In Gemeinden mit Briefwahl-Aktion:	35,8 Prozent
In Gemeinden ohne Briefwahl-Aktion:	14,6 Prozent

Die Briefwahl-Aktion hat zu einer Verdreifachung der Wahlbeteiligung im Vergleich zu den Gemeindegliederwahlen 2007 geführt. In den Gemeinden, die sich an der Briefwahl-Aktion beteiligt haben, liegt die Wahlbeteiligung bei 35,8 Prozent, in denen, die sich nicht beteiligt haben, bei nur 14,6 Prozent.

Kirchenkreise mit der höchsten Wahlbeteiligung (siehe Anhang 3.1.2)

1. Stendal	43,2 Prozent
2. Salzwedel	40,8 Prozent
3. Reformierter Kirchenkreis, Apolda-Buttstädt	40,6 Prozent
4. Naumburg-Zeitz, Merseburg	40,5 Prozent

Kirchenkreise mit der niedrigsten Wahlbeteiligung (siehe Anhang 3.1.2)

1. Magdeburg	16,0 Prozent
2. Weimar	17,3 Prozent
3. Erfurt	19,5 Prozent
4. Sonneberg	22,0 Prozent

Wahlbeteiligung nach Bundesländern auf dem EKM-Gebiet

Brandenburg:	36,6 Prozent
Sachsen:	35,1 Prozent
Sachsen-Anhalt:	34,3 Prozent
Thüringen:	29,5 Prozent

3.1.2 Wahlbeteiligung nach Kirchenkreisen (Stand 31.3.2014)

Kirchenkreis	Wahlberechtigte			Wahlbeteiligung		Gewählte Kirchenälteste		Briefwahl	
	Gesamtzahl	Wahlbeteiligung in %	Anteil Briefwahl in %	Gesamtzahl	Frauen - in %	Wahlbeteiligung mit Briefwahl	Wahlbeteiligung ohne Briefwahl ^{b)}		
Altenburger Land	15526	31,23%	64,60%	408	52,45%	36,22%	19,54%		
Apolda-Buttstädt	16414	40,57%	86,50%	374	60,16%	41,14%	22,27%		
Arnstadt-Ilmenau	17867	30,83%	86,71%	275	63,27%	31,84%	18,26%		
Bad Frankenhausen-Sonderhausen	15016	37,57%	80,69%	179	57,54%	43,61%	17,29%		
Bad Liebenwerda	17684	36,63%	84,25%	307	59,93%	40,33%	10,22%		
Bad Salzungen-Dermbach	24552	25,55%	73,13%	365	58,36%	40,62%	12,84%		
Egeln	21988	38,09%	81,11%	417	61,39%	39,31%	27,55%		
Eisenach-Gerstungen	23808	23,84%	72,13%	316	55,06%	32,17%	16,13%		
Eisenberg	16726	33,11%	77,30%	491	59,06%	39,85%	12,04%		
Eisleben-Sömmerda	26111	32,14%	73,50%	427	61,59%	32,19%	16,67%		
Elbe-Fläming	15088	32,93%	67,66%	265	62,26%	39,96%	19,14%		
Erfurt	25742	19,54%	77,42%	195	50,77%	19,61%	17,04%		
Gera	16106	24,95%	75,11%	288	52,43%	33,00%	13,07%		
Gotha	20209	27,66%	79,32%	213	66,67%	35,14%	8,94%		
Greiz	16109	24,20%	60,91%	274	48,54%	45,88%	10,99%		
Halberstadt	19935	31,06%	78,88%	268	62,31%	33,83%	16,64%		
Haldensleben-Wolmirstedt	14652	36,70%	57,80%	383	65,54%	42,75%	28,09%		
Halle-Saalkreis	29027	22,15%	72,29%	420	57,62%	24,19%	12,49%		
Henneberger Land	12536	34,51%	90,92%	128	59,38%	37,17%	15,14%		
Hildburghausen-Eisfeld	16310	23,07%	38,43%	277	53,07%	27,04%	10,71%		
Jena	17753	22,82%	92,20%	99	43,43%	22,82%	#DIV/0!		
Magedeburg	17914	15,96%	76,39%	84	46,43%	16,79%	11,83%		
Meiningen	20521	33,58%	88,85%	324	61,11%	39,19%	14,31%		
Merseburg	19636	40,47%	79,25%	297	52,53%	40,47%	#DIV/0!		
Mühlhausen	31119	33,80%	81,20%	362	56,35%	35,43%	22,20%		
Naumburg-Zeit	18389	40,50%	76,46%	422	59,00%	41,00%	32,89%		
Reformierter Kirchenkreis	857	40,61%	80,46%	28	57,14%	40,61%	#DIV/0!		

Kirchenkreis	Wahlberechtigte			Wahlbeteiligung		Gewählte Kirchenälteste		Briefwahl	
	Gesamtzahl	Wahlbeteiligung in %	Anteil Briefwahl in %	Gesamtzahl	Frauen - in %	Wahlbeteiligung mit Briefwahl	Wahlbeteiligung ohne Briefwahl ^{b)}		
Rudolstadt-Saalfeld	26461	30,04%	79,27%	588	55,27%	31,37%	19,34%		
Salzwedel	22339	40,79%	76,96%	479	58,87%	43,36%	14,46%		
Schleiz	25369	39,12%	78,38%	592	53,04%	46,17%	15,09%		
Sonneberg	16311	21,95%	84,92%	175	55,43%	26,35%	5,59%		
Stendal	21601	43,15%	75,32%	588	63,78%	50,20%	6,80%		
Südharz	21625	37,31%	85,77%	369	70,46%	45,32%	8,44%		
Torgau-Delitzsch	20703	35,07%	66,88%	279	54,12%	38,31%	16,42%		
Waltershausen-Ohrdruf	15049	37,90%	90,55%	160	55,00%	39,32%	7,70%		
Weimar	19597	17,25%	50,64%	316	58,23%	38,30%	11,15%		
Wittenberg	24559	36,92%	74,34%	375	58,13%	39,21%	22,89%		
Gesamt	721.209	31,39%	76,90%	11807	58,17%	35,77%	14,62%		

3.2.1 Nutzung des Internet-Portals

Zusammenfassung nach Monaten										
Monat	Tagesdurchschnitt				Monats-Summe					
	Anfragen	Dateien	Seiten	Besuche	Rechner	kByte	Besuche	Seiten	Dateien	Anfragen
Jun 2014	68	43	49	25	170	56.042	435	842	743	1.158
Mai 2014	89	67	63	45	1.001	167.722	1.418	1.970	2.106	2.776
Apr 2014	93	91	69	45	848	212.187	1.361	2.090	2.744	2.803
Mar 2014	122	119	87	52	1.009	262.327	1.625	2.718	3.717	3.783
Feb 2014	132	129	94	55	902	359.915	1.547	2.656	3.627	3.706
Jan 2014	198	194	136	71	1.343	575.157	2.211	4.231	6.029	6.143
Dez 2013	184	176	124	66	1.231	419.678	2.060	3.855	5.466	5.729
Nov 2013	453	428	322	100	2.258	688.340	3.002	9.668	12.844	13.602
Okt 2013	1.339	1279	951	194	4.544	1.111.818	6.039	2.9507	39.656	41.517
Sep 2013	1.360	1286	986	198	4.648	1.224.604	5.944	2.9609	38.583	40.804
Aug 2013	1.014	965	715	129	2.913	989.162	3.999	22.183	29.918	31.459
Jul 2013	683	654	474	88	1.905	609.553	2.751	14.720	20.288	21.189
Jun 2013	486	468	346	69	1.426	480.991	2.085	10.405	14.051	14.605
Mai 2013	368	354	273	57	1.251	230.680	1.776	8.471	10.987	11.433
Apr 2013	363	340	267	56	1.155	237.712	1.688	8.033	10.225	10.896
Mar 2013	379	360	270	53	1.157	338.897	1.645	8.374	11.182	11.760
Feb 2013	613	563	446	69	1.557	436.169	1.940	12.489	15.779	17.185
Jan 2013	714	700	521	79	1.856	717.179	2.466	16.153	21.722	22.153
Dez 2012	146	142	112	21	439	158.030	664	3.480	4.403	4.535
Nov 2012	223	222	177	28	636	372.816	855	5.336	6.664	6.719
Okt 2012	133	131	110	23	523	137.222	719	3.413	4.076	4.136
Sep 2012	13	13	12	1	20	2.067	31	228	234	236
Summen					32.792	9.788.268	46.261	200.431	265.044	278.327

Anfragen: alle über Suchmaschinen angebotene Ergebnisse zum Portal (inklusive nicht aufgerufener Seiten)

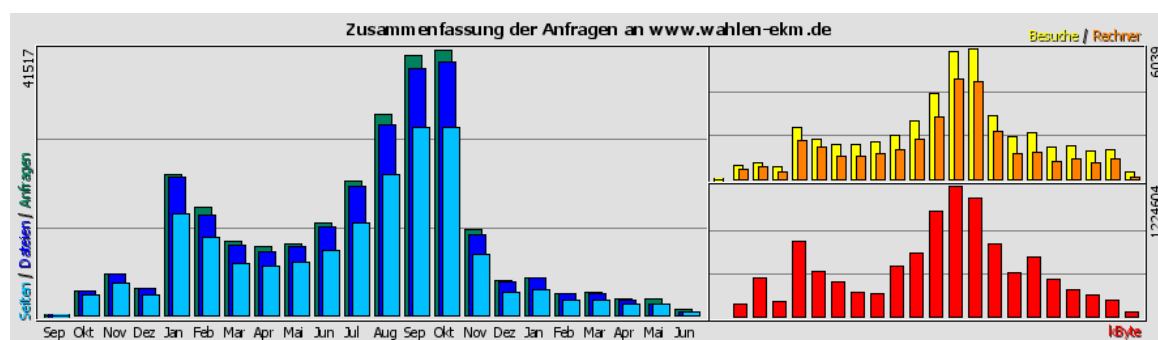
Besuche: tatsächliche Zugriffe

Dateien: alle aufgerufenen Dateien auf Portal (z.B. pdf, gif, html, css)

Seiten: alle Besuche auf einzelnen Seiten des Portals (z.B. html, asp, txt)

Rechner: Zugriffe von einer IP-Adresse

kByte: Datenmenge der aufgerufenen Seiten



3.3.1 Plan EKM-intern

GKR-Wahl in EKM intern

No.	Inhalt	Umfang	Ausgabe
01	Terminplan	2 Seiten	7/12
02	Arbeitsplan	½ Seite + Beihefter 8 Seiten	10/12
03	Bilanz ziehen	2 Seiten	11/12
04	Wahl vorbereiten	½ Seite + Beihefter 12 Seiten	1/13
	Rechtliche Grundlagen	½ Seite + Beihefter 12 Seiten	2/13
06	Öffentlichkeitsarbeit	1 Seite	3/13
07	Jugend wählt	2 Seiten	4/13
08	Briefwahl	2 Seiten	5/13
09	Frauen im GKR	2 Seiten	6/13
10	Ehrenamt	2 Seiten	7/13
11	Stimmzettel		8/13
12	Kurz vor der Wahl	2 Seiten	9/13
13	Konstituierung	2 Seiten	10/13
E1	Archivierung, Scheitern	2 Seiten	11/13
E2	Ergebnisse & Fragebogen		12/13
E3	Fortbildung		1/14
E4	Umfrage-Auswertung		5/14

Kampagne in EKM intern

Thema
Erstankündigung Kampagne 2013 Website online
Vorstellung des Kampagnenmaterials
Weiteres Material zur Kampagne Kampagnen-Start
Material zur Kampagne Interview mit Kampaignerin A. Hollmann + Bewerbung Wahlaufzugsflyer
Bewerbung Wahlaufzugsflyer + Präsente für Einführung von Kirchenältesten Facebook-Seite „EKM engagiert“ + Dankurkunden, Banner u. Sprühschablonen
Wahlergebnis und Fragebogen zur Auswertung

3.3.2 Kommunikationsplan

Oktober 2012

- 9.10. Vorstellung der Kampagne im Supkonvent
 10./11.10. Rundmail an Supturen mit Bitte um Weiterleitung an KG'en:
 Ankündigung der Kampagne + Website + Artikel in EKM intern
 13.10. Gemeindegkongress Halle: Stand zur Kampagne

November 2012

- 14.11. Rundmail an Einrichtungen & Werke, Ev. Schulen +
 Öffentlichkeitsbeauftragte d. Kirchenkreise: Ankündigung Kampagne +
 Website
 21.-24.11. Landessynode: Vorstellung der Kampagne

Januar 2013

- 10.1. (2. KW) Rundmail an Supturen mit Bitte um Weiterleitung an KG'en: Hinweis
 auf Beschlüsse über Wahltermin und Briefwahl, Frist 31.1.2012
 28.1. Rundmail an Supturen mit Muster-Pressemitteilungen

Februar 2013

- EKM-Newsletter: Online-Bestellmöglichkeiten und Arbeitsheft
 5.2. Rundmail an Supturen zu Rückmeldefrist am 15.2.
 26.2. Rundmail an Supturen zu Beschlüssen über Zahl der Kirchenältesten
 und Stimmbezirke

März 2013

10. KW Materialversand an die Supturen mit Begleitschreiben zum Start der
 Kampagne

April 2013

- 2.4. Rundmail an Supturen über Erstellung der Wählerlisten bis 31.5.2013
 11.-14.4. Landessynode in Wittenberg: Kampagnen-Start mit Pressearbeit

Mai 2013

- 1.-5.5. Deutscher Evangelischer Kirchentag in Hamburg:
 Stand auf dem Markt der Möglichkeiten mit Gemeindedienst d. EKM
 13.5. Rundmail an Supturen und Öffentlichkeitsbeauftragte d. Kirchenkreise:
 Abfrage zu Veranstaltungs- und Kirchturmbannern

Juni 2013

- 7.-9.6. Thüringentag in Sondershausen: Stand zur Kampagne
 (Gemeindedienst)
 28.-30.6. Sachsen-Anhalt-Tag in Gommern: Stand zur Kampagne (mit
 Gemeindedienst)
 Materialversand an Supturen mit Begleitschreiben

Juli 2013

Anfang Juli

Versand der Briefwahlunterlagen von Druckerei an Supturen mit Begleitbrief aus Landeskirchenamt

August 2013

15.8.

Rundmail an Supturen mit Bitte um Weiterleitung an KG'en: Abschluss der Wahlvorbereitungen; was passiert, wenn Mindestzahl der Kirchenältesten nicht erreicht wird? Gestaltung der Stimmzettel, Kandidatenvorstellung im Internet

September 2013

5.9.

Sonder-Newsletter GKR-Wahl an Supturen mit Bitte um Weiterleitung an KG'en: Hinweis auf geheime Wahl, Öffnung des Wahllokals, Einberufung des Wahlvorstands, Briefwahl, Sprühschablonen, Dankurkunden, A1-Plakat für Aufsteller

26.9.

Rundmail an Supturen mit Bitte um Weiterleitung an KG'en: Umgang mit fehlerhaft zurückgesandten Briefwahlunterlagen, Unterstützung bei der Stimmabgabe durch „Hilfspersonen“

Oktober 2013

1.10.

Rundmail an Supturen zur Rückmeldung der Wahlergebnisse bis 28.10. und Hinweis auf Service-Telefon

30.10.

Rundmail an Supturen mit Dank für Zuarbeit, Ergebnissen der GKR-Wahl, Pressemitteilungen und Infos zu Konstituierung und Rückmeldefrist bis 29.11.

November 2013

11.11.

Rundmail an Supturen mit geändertem Rückmeldeformular und Fristverlängerung auf 12.12.13

14.11.

Rundmail an Supturen mit Bitte um Weiterleitung an KG'en: Fragebogen zur Auswertung der GKR-Wahl

3.4.1 Übersicht Materialabruf

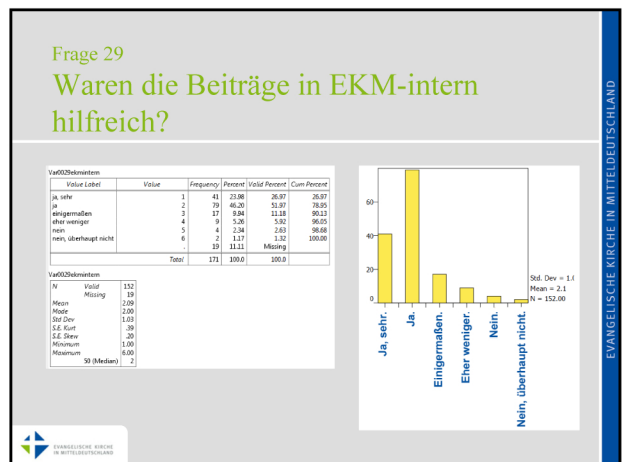
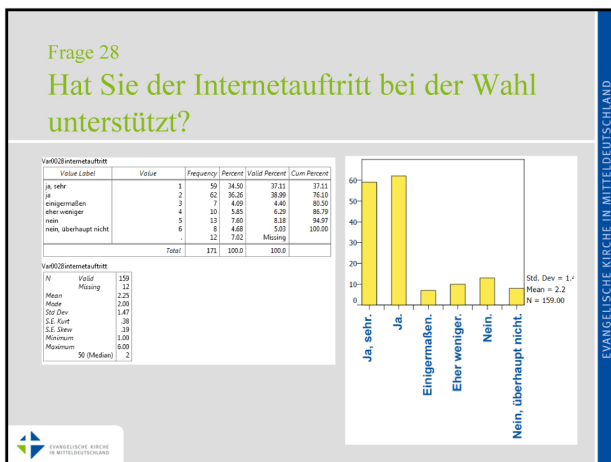
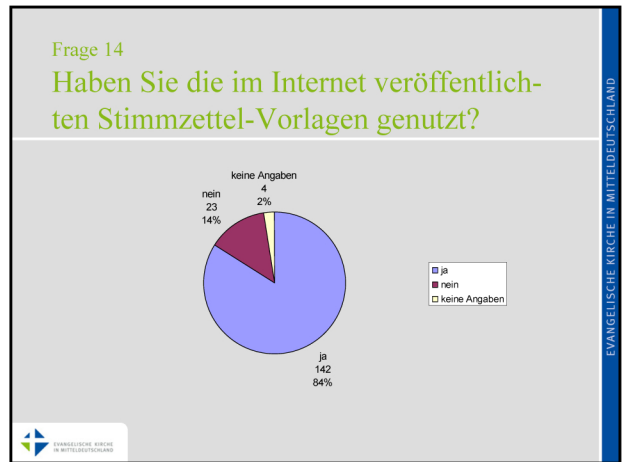
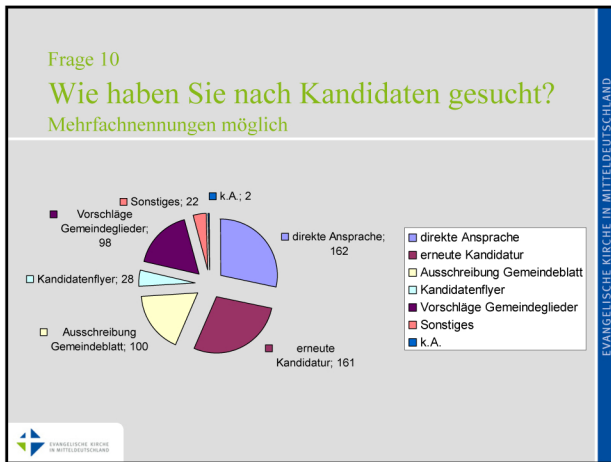
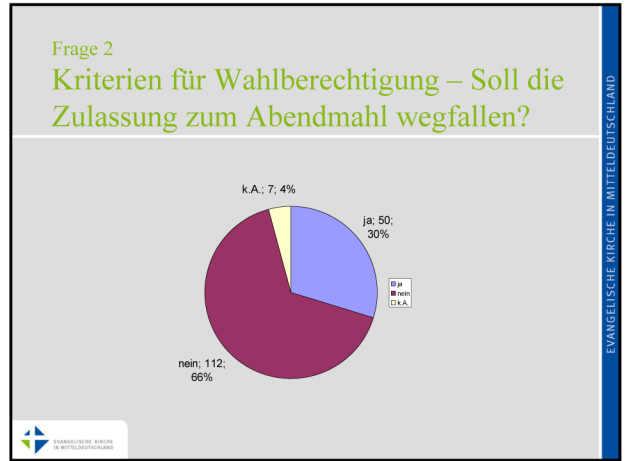
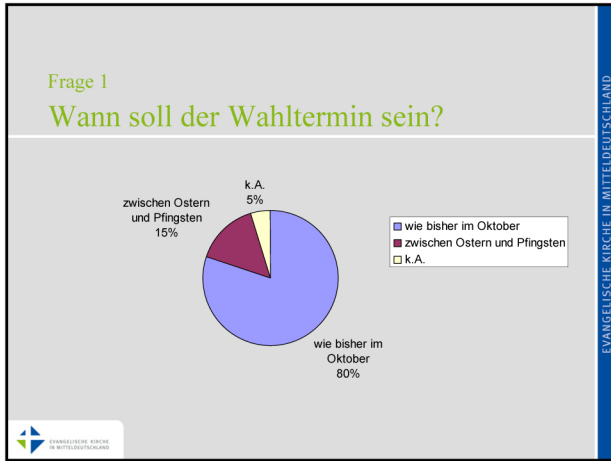
Produkt	KKR	Gemeinden	LKA	Werke	Veranstaltungen	Belegex.	Sonst.	GESAMT	Aufl.
Arbeitsheft	561	1.122	363	4	11	138	52	2.279	3.000
Postkarte	2.097	23.981	498	622	85	111	326	27.720	36.000
Kandidatenflyer	2.163	13.715	2.700	2.422	10	111	62	21.183	20.000
Lesezeichen	2.207	26.173	485	202	10	111	626	29.814	40.000
Briefkastenaufkleber	966	2.284	90	2		111	67	3.520	12.000
Eindruckplakat A4	1.160	5.132	152	26	2	111	76	6.659	10.000
Eindruckplakat A3	306	1.636	85	15	5	37	26	2.110	3.000
Plakat A1	7	307						314	600
Urkunde Text	903	5.106	15	26			3	6.053*	4.000*
Urkunde blanko	770	1.135		4			3	1.912	7.500*
Flyer Wahlaufuf	250	6.979	100	350			3	7.682	40.000
Kirchturmbanner		7						7**	110
Tischbanner		27						32**	205
Sprühschablone „Füße“		66		2				68	100
Sprühschablone „Gesicht zeigen“		19		1				20	25
Sprühschablone „Sie haben die Wahl“		23		1				24	40
Briefwahlblanko	260	6.436					1	6.697	25.000
Bausteine GKR		468						468	10.000
Recht für GKR		469					1	470	10.000

*) Die Urkunden mit Text wurden z.T. durch bedruckte Blanko-Urkunden bedient.

***) Die angegebenen Zahlen beziehen sich auf die gekauften Banner. Die Banner waren zur Ausleihe gedacht und konnten bei Bedarf käuflich erworben werden. Verliehen waren alle Banner.

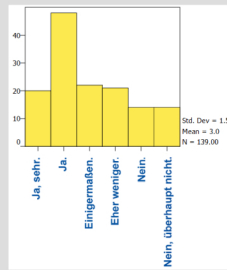
Jede Kampagne wird über Materialien kommuniziert. Dabei besteht der Anspruch, das Material so mundgerecht wie möglich aufzubereiten und hohe inhaltliche Qualität sicherzustellen.

4.2.1 Evaluationsergebnis der GKR-Wahlen (Fragebogenauswertung)



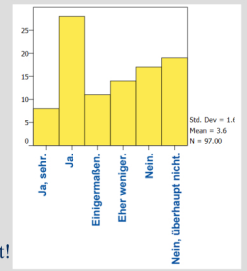
Frage 30 Haben Ihnen die regelmäßigen Informations-E-Mails aus dem Landeskirchenamt genützt?

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
ja, sehr	1	20	11,70	14,39	14,39
ja	2	48	28,07	34,51	48,91
eingesmaßen	3	22	12,87	15,81	64,72
eher weniger	4	21	12,30	15,11	79,83
nein	5	14	8,19	10,07	89,93
nein, überhaupt nicht	6	14	8,19	10,07	100,00
Total		171	100,0	100,0	



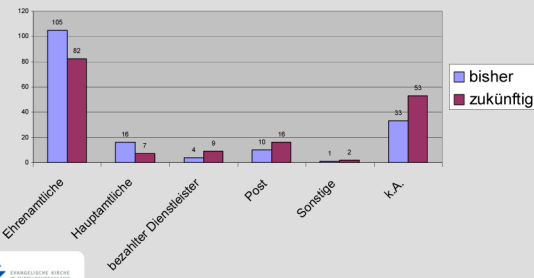
Frage 31 War das Service-Telefon hilfreich?

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
ja, sehr	1	8	4,68	8,25	8,25
ja	2	28	16,27	28,87	37,11
eingesmaßen	3	11	6,41	11,36	48,47
eher weniger	4	14	8,19	14,43	62,90
nein	5	17	9,84	17,53	80,43
nein, überhaupt nicht	6	19	11,11	19,59	100,00
Total		74	42,27		

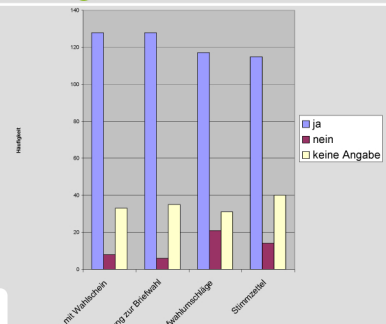


42,7 % der Befragten keine Antwort!

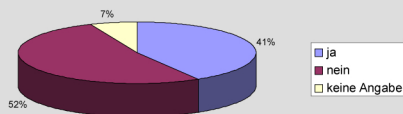
Frage 33a Falls Sie sich beteiligt haben, wie wurden die Briefe zugestellt? Wie sollten sie zukünftig zugestellt werden?



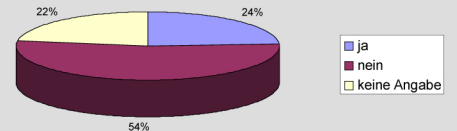
Frage 34 Waren die Briefwahlunterlagen praktikabel gestaltet?



Frage 36 Sollte die Briefwahl für alle Gemeinden verbindlich eingeführt werden?



Frage 36a Wenn ja, sollte dafür die Wahl im Wahllokal entfallen?



Frage 37 Wie sehr stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

„Wünschenswert ist eine hohe Wahlbeteiligung.“

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
ja, sehr	0	1	.58	.63	.63
ja	1	50	26.39	56.86	59.49
eingemessen	2	44	23.71	27.83	87.24
eher weniger	3	10	5.85	6.33	93.67
nein, überhaupt nicht	4	8	4.68	5.56	98.73
	6	2	1.17	2.27	100.00
	...	13	7.05	Missing	
Total		171	100.0	100.0	

N	Valid	Missing
158	158	0
Mean	1.63	
Std. Dev.	1.02	
Minimum	0	
Maximum	6	
3D (Median)	1	

Std. Dev. = 0.1
Mean = 1.6
N = 158.00

Frage 39 Sind Sie mit dieser Wahlbeteiligung zufrieden?

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
ja, sehr	1	36	21.69	23.90	23.90
ja	2	64	37.43	39.28	63.18
eingemessen	3	31	18.21	18.62	81.77
eher weniger	4	17	9.94	10.43	92.20
nein	5	10	5.85	6.13	98.33
nein, überhaupt nicht	6	5	2.93	3.07	100.00
	...	8	4.68	Missing	
Total		171	100.0	100.0	

N	Valid	Missing
163	163	0
Mean	2.43	
Std. Dev.	1.28	
Minimum	1	
Maximum	6	
3D (Median)	2	

Std. Dev. = 1.1
Mean = 2.5
N = 163.00

Frage 40 Was haben Sie im Zusammenhang mit der GKR-Wahl unternommen, um die Themen „Wahlen“, „Demokratie“ und „Ehrenamt“ zu setzen?

- Gemeindefriede: 132
- Internet: 51
- Sonstiges: 19
- Kandidaten-Veranstaltung: 35
- Pressearbeit: 49
- Bundestagswahl: 2
- k.A.: 17

Frage 41 Wie haben Sie die Kandidaten vorgestellt?

- Gottesdienst: 102
- Schaukasten: 105
- Gemeindefriede: 115
- Internet: 41
- spezielle Veranstaltung: 6
- Gemeindefriede: 15
- k.A.: 5

Frage 45 Wo haben Sie nötige Auskünfte eingeholt?

- Kirchenkreis: 54%
- Landeskirche: 45.26%
- Sonstiges: 20%

4.1.2 Rücklauf der Fragebögen aus den Kirchenkreisen der EKM

<i>Value Label</i>	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cum Percent</i>
Halberstadt	10	5.85	6.02	6.02
Südharz	10	5.85	6.02	12.05
Rudolstadt-Saalfeld	9	5.26	5.42	17.47
Elbe-Fläming	8	4.68	4.82	22.29
Merseburg	8	4.68	4.82	27.11
Mühlhausen	8	4.68	4.82	31.93
Magdeburg	7	4.09	4.22	36.14
Meiningen	6	3.51	3.61	39.76
Stendal	6	3.51	3.61	43.37
Weimar	6	3.51	3.61	46.99
Apolda-Buttstädt	5	2.92	3.01	50.00
Arnstadt-Ilmenau	5	2.92	3.01	53.01
Bad Liebenwerda	5	2.92	3.01	56.02
Egeln	5	2.92	3.01	59.04
Erfurt	5	2.92	3.01	62.05
Henneberger Land	5	2.92	3.01	65.06
Hildburghausen-E.	5	2.92	3.01	68.07
Sonneberg	5	2.92	3.01	71.08
Altenburger Land	4	2.34	2.41	73.49
Eisenberg	4	2.34	2.41	75.90
Gera	4	2.34	2.41	78.31
Gotha	4	2.34	2.41	80.72
Jena	4	2.34	2.41	83.13
Schleiz	4	2.34	2.41	85.54
Torgau-Delitzsch	4	2.34	2.41	87.95
Bad Frankenhausen-S.	3	1.75	1.81	89.76
Salzwedel	3	1.75	1.81	91.57
Greiz	2	1.17	1.20	92.77
Haldensleben-W.	2	1.17	1.20	93.98
Halle-Saalkreis	2	1.17	1.20	95.18
Naumburg-Zeitz	2	1.17	1.20	96.39
Wittenberg	2	1.17	1.20	97.59
Eisenach-Gerstungen	1	.58	.60	98.19
Eisleben-Sömmerda	1	.58	.60	98.80
Reformierter KK	1	.58	.60	99.40
Waltershausen-O.	1	.58	.60	100.00
	5	2.92	Missing	
	171	100.0	100.0	

Anhang zu Kapitel 4: Evaluation

4.2.1 EKD-Vergleich

Landeskirche	Letzte GKR-Wahl	Wahlbeteiligung letzte Wahl	Vorletzte Wahl	Wahlbeteiligung vorletzte Wahl	Änderung der Wahlbeteiligung	Aktionen zur Steigerung d. Wahlbeteiligung
Anhalt	2011	nach Schätzung ca. 28-30%	2005	27,10%	ca. 1-3%	Werbung über Flyer, Plakate und online, ausführliche Arbeitshilfen für die Gemeindekirchenräte.
Baden	01.12.2013	knapp 20% -24,3 %	2007	20%	0-4,3%	allgemeine Briefwahl 2007 und 2013; 2013 verpflichtend nach guten Erfahrungen 2007; Stimmzettel elektronisch erfasst über spezielle Software; über selbes System auch Auswertung der Wahl; System soll für nächste Wahl weiter ausgebaut werden + Werbekampagne
Bayern	21.10.2012	19,90%	2006	18,30%	1,60%	allgemeine Briefwahl, an der sich 41% d. Gemeinden beteiligten + Werbekampagne
Berlin-Brandenburg	2010 und 2013 (Gemeinden können zwischen 3- u. 6-jährigem Turnus wählen)	2010 k.A., 2013 13,41% (in 50,5 % der Gemeinden)			nicht nachprüfbar	Plakataktion im Straßenland (nur 2010); Plakate für die Kirchengemeinden, Bischofsbrief, Flyer zur Kandidatenwerbung, Internetbanner und Buttons sowie Informationen zur Vorbereitung und zum Ablauf der Wahl (Broschüre für die Gemeinde), Briefwahl; Informationsveranstaltungen durch Gemeindeberatung; 2013 erstmals zentrales Wahlverfahren, an dem alle Kirchengemeinden teilnehmen mussten, so dass die Wahlbenachrichtigungen zentral verschickt wurden; Kirchengemeinden konnten den Wahlbenachrichtigungen ihre Kandidatenvorschläge oder andere Informationen beifügen lassen.
Braunschweig	2012	22,50%	2006	24,20%	1,70%	umfangreiche Öffentlichkeits-Kampagne unter dem Motto "Gemeinde stark machen"
Bremen						
EKM	2013	31,40%	2007	ca. 11%	ca. 20,4 %	Wahlkampagne und Allgemeine Briefwahl
Hannover	18.03.2012	18,56%	2006	17,28%	1,28%	Wahlkampagne mit üblichem Material
Hessen-Nassau	2009, nächste April 2015	ca. 23%	2003	ca. 22%	rd. 1%	Werbekampagne
Kurhessen-Waldeck	29.09.2013	26,80%	2007	25,70%	1,10%	2013 erstmals Online-Wahl! (s. gesonderter Bericht)

Landeskirche	Letzte GKR-Wahl	Wahlbeteiligung letzte Wahl	Vorletzte Wahl	Wahlbeteiligung vorletzte Wahl	Änderung der Wahlbeteiligung	Aktionen zur Steigerung d. Wahlbeteiligung
Lippische Kirche	05.02.2012	8,18% (26,32% in Gemeinden mit durchgeführter Wahl)			Rückgang	Kampagnen nur über Kirchengemeinden
Nordkirche - ehem. Mecklenburg	23.05.2010 bis 13.06.2010	16,00%	2004	>40%	-24%	2004 wurde ein Schwerpunkt auf die Überarbeitung der Ortssatzungen gelegt. Dies hatte zur Folge, dass in vielen Kirchengemeinden die Anzahl der zu wählenden und zu berufenden Kirchenältesten reduziert wurde und damit die Motivation und Bereitschaft, in einem arbeitsfähigen Organ der Kirchengemeinde mitzuarbeiten, erhöht werden konnte. In vielen Kirchengemeinden wuchs damit die Bereitschaft, sich als Kirchenälteste aufstellen zu lassen.
Nordkirche - ehem. Nordelbien	30.11.2008	11,71%	2002	14,71%	-3,00%	Cross-Media-Kampagne
Nordkirche - ehem. Pommern						
Oldenburg	18.03.2012	14,13%	2006	14,99%	-0,86%	Werbbestände auf Wochenmärkten und Einkaufszentren, in allen Kirchenkreisen Aktionen rund um das "Gemeindekirchenrad" als Werbeträger, Sonderausgaben von Gemeindebriefen, Banner an Kirchen und Gemeindehäusern, selbstgestaltete Anzeigen in der Tageszeitung; während Gemeinden ihre Wahlergebnisse per Fax oder Mail durchgaben, übermittelte eine Gemeinde sie per iPhone. Ergebnisstand wurde von einem Wahlteam im Oberkirchenrat in Oldenburg ab 18 Uhr ständig über das Internet aktuell veröffentlicht. Dieser Service wurde wie bereits im Jahr 2006 sehr gut nachgefragt.
Pfalz	30.11.2008	33,17%		32,04%	1,13%	2008 Wahlkampagne. Außerdem allgemeine Briefwahl: es konnten 2008 mehr Kirchengemeinden als bei Wahl zuvor überzeugt werden, allen Wahlberechtigten die Briefwahlunterlagen unaufgefordert zur Verfügung zu stellen.
Reformierte Kirche	November 2012	ca. 15%		ca. 15%	0%	2012 wurde die Hälfte der Presbyterien gewählt, zweite Hälfte 2015; relativ breit angelegte Begleitaktion: Infobroschüre zur Gewinnung neuer Kandidaten, Logo zur Wahl, Plakate, Internetseite, Ausgabe der Mitgliederzeitschrift zur Wahl, Wahlbenachrichtigungen an fast alle Wahlberechtigten mit gestalteter Wahlkarte

Landeskirche	Letzte GKR-Wahl	Wahlbeteiligung letzte Wahl	Vorletzte Wahl	Wahlbeteiligung vorletzte Wahl	Änderung der Wahlbeteiligung	Aktionen zur Steigerung d. Wahlbeteiligung
Rheinland	05.02.2012	10,50%	2008	12,20%	-1,70%	in ca. 50 % der Wahlbezirke nicht abgestimmt, weil weniger Kandidat/innen als Plätze; Kandidatinnen und Kandidaten gelten in diesem Fall als gewählt, wenn der Kreissynodalvorstand des zuständigen Kirchenkreises nicht auf einer Verschiebung der Wahl beharrt
Sachsen	2008, nächste 2014	k.A. - wird nicht zentral erhoben		k.A. - wird nicht zentral erhoben		keine speziellen Kampagnen zur Steigerung d. Wahlbeteiligung; eine Broschüre zu Rahmenbedingungen der Wahl; Gemeinden selbstständig
Schaumburg-Lippe	18.03.2012	20,30%	2006?	ca. 21%	ca. -1,00%	Außer allgemeinen Aktionen (Verteilung von Flyern, Informationen in den lokalen Medien bzw. in den Gemeinden bzw. im Internet) gab es keine spezielle Kampagne.
Westfalen	05.02.2012	knapp 6%		knapp 10%	ca. -4,00%	Magazin zur Kirchenwahl
Württemberg	01.12.2013	24,30%	2007	24%	0,30%	Wahlkampagne mit üblichem Material

Anhang zu Kapitel 5: Medienresonanz

5.1.1 Presseauswertung

Erfasst wurde der Abdruck in den Printmedien, nicht aber Online-Magazine, TV und Hörfunk.

Thema	Datum	Zeitungen	Lokal	Abdruck
Zukunftskonferenz	05.02.2013	(G+H)		
Mitteldeutscher Kirchentag	06.03.2013	TLZ		41.000
Landessynode tagt	04.04.2013			
Kampagnen-Start Luther-Denkmal Wittenberg	08.04.2013	MZ,		205.000
Zukunftskonferenz	09.04.2013	(G+H)	MZ (Wittenberg – Gräfenhainichen)	25.000
Landessynode begonnen, Herbst Präses	11.04.2013	(G+H), TLZ, MZ		246.000
Bischofsbericht	12.04.2013	(idea, TdH)		
Start Kampagne	13.04.2013	(G+H), MZ, Elbe-Kurier, TLZ		246.000
Landessynode - Wahl Stellvertretender LB	13.04.2013	TLZ, OTZ		149.000
Landessynode - Leuenburger Konkordie	14.04.2013	FW/STZ	MZ (Wittenberg - Gräfenhainichen)	120.000
EKM beim DEKT	26.04.2013	TA		178.000
Thüringentag	04.06.2013			
Meile der Demokratie	11.06.2013	TLZ 4x, TA,		342.000
Ankündigung Mitteldeutscher Kirchentag	11.09.2013	OTZ, 2x TLZ		190.000
Jugendkirchentag	18.09.2013	TLZ		41.000
Beginn MDKT, Markt der Möglichkeiten	20.09.2013			
Abschluss MDKT	22.09.2013	TLZ		41.000
Ankündigung GKR-Wahl	02.10.2013	Vst, MZ, Bild	2x FW (Meiningen), TA (EA), MZ (Halle), MZ (Wb.-Gräfenh.)	765.000
Radio-Gottesdienst	29.10.2013			
Neue GKR gewählt	30.10.2013	OTZ, TA, TdH, MZ, Vst		706.000
Zukunftskonferenz	05.02.2013	(G+H)		
Mitteldeutscher Kirchentag	06.03.2013	TLZ		41.000
Gesamtabdruck				3.295.000
Kontakte				6.590.000

Anhang zu Kapitel 6: Ressourcen

6.1. Finanzübersicht 2012, 2013 und 2014

2012					
Ausgaben			Einnahmen		
1.	Personalnebenkosten	869,90 €	1.	Eigenmittel	713,00 €
			1.1	Materialien gegen Rechnung	713,00 €
2.	Gremien, Sitzungen, Termine	224,85 €			
2.1.	Kampagnenwerkstatt	224,85 €	2.	Öffentliche Zuwendungen	0,00 €
3.	Aktionen und Veranstaltungen	3.570,00 €	3.	Spenden & Sponsoring	0,00 €
3.1	Vorbereitung Kampagnen-Start	0,00 €			
3.2	Aktion Autofasten	3.570,00 €			
4.	Materialproduktion	347,36 €			
4.1	Postkarte Gemeindegkongress	218,96 €			
4.2	Arbeitsheft	128,40 €			
5.	Website	2.023,00 €			
5.1	Techn. Realisierung greystyle	2.023,00 €			
6.	Kauf Recherchematerial	11,80 €			
	SUMME	7.046,91 €		SUMME	713,00 €
	ANSATZ	40.000,00 €		Überschuss aus Vorjahr	21.700,82 €
	Ausgaben - Einnahmen	6.333,91 €			

2013					
Ausgaben			Einnahmen		
1.	Honorare, Praktika	1.779,50 €	1.	Eigenmittel	213,85 €
	Praktikumsvergütung (3,5 Monate)	1.050,00 €	1.1	Materialien gegen Rechnung	213,85 €
	Fahrtkosten Praktikant	729,50 €			
2.	Gremien, Sitzungen, Termine	161,78 €			
2.1.	Kampagnenwerkstatt	156,58 €			
2.2	Termine	5,20 €	2.	Öffentliche Zuwendungen	0,00
3.	Aktionen, Veranstaltungen	13.756,31 €			
3.1	Kampagnen-Start	3176,76 €	3.	Zuschüsse, Spenden	0,00 €
3.2	Aktion Autofasten	0,00 €			
3.3	Zukunftskonferenz Ev. Jugend – Zuschuss	3.500,00 €			
3.4	Mitteldeutscher Kirchentag	7.079,55 €			
4.	Material/Produkte				
4.1	Grundlayout Kampagne	5.055,75 €			
4.2	Arbeitsheft	2.435,55 €			
4.3	Postkarte	636,65 €			
4.4	Lesezeichen	315,35 €			
4.5	Eindruckplakate	938,79 €			
4.6	Kandidatenflyer	1.198,81 €			
4.7	Produkte Gemeindegazette	-2.006,70 €			
4.8	Briefwahlunterlagen	428,00 €			
4.9	Leporello	581,95 €			
4.10	Banner	7.676,01 €			
4.11	Briefkastenaufkleber	452,20 €			
4.12	Sprühschablonen	1.162,33 €			
4.13	A1-Plakate	592,62 €			
5.	Website	-2.023,00 €			
	Erstattung Gemeindegazette	-2.023,00 €			
6.	Sonstiges	1,74 €			
	CD-Versand	1,74			
	SUMME	33.143,63 €		SUMME	213,85 €
	ANSATZ	30.000,00 €		Überschuss aus Vorjahr	55.366,91
	Ausgaben - Einnahmen	32.929,78 €			

2014					
Ausgaben			Einnahmen		
1.	Honorare, Praktika	400,00 €	1.	Eigenmittel	139,00 €
	Erst. Praktikumsvergütung für „EKM engagiert“ an Ev. Akademie Wittenberg	400,00 €	1.1	Materialien gegen Rechnung	139,00 €
2.	Gremien, Sitzungen, Termine	0,00 €			
2.1.	Kampagnenwerkstatt	0,00 €	2.	Öffentliche Zuwendungen	0,00
3.	Aktionen, Veranstaltungen	0,00 €			
			3.	Zuschüsse, Spenden	100,00 €
			3.1	Spende Prof. Axel Stelzner	100,00 €
4.	Material/Produkte	982,96 €			
4.1	Leporello Ehrenamt	437,63 €			
4.2	Einleger Leporello	545,33 €			
5.	Website	1.198,25 €			
5.1	Technischer Umbau Wahlen- und Ehrenamtsportal durch Firma greystyle	476,00 €			
5.2	Header Ehrenamtsportal	722,25 €			
	SUMME	2.581,21 €		SUMME	239,00 €
	ANSATZ	20.000,00 €		Überschuss aus Vorjahr	52.437,13 €
	Ausgaben - Einnahmen			Saldo	

Stand: Juli 2014