

# Gottesdienste mit Kindern regiolokal

PLANEN – EINLADEN – FEIERN



**KIRCHE MIT  
KINDERN**

VORAB

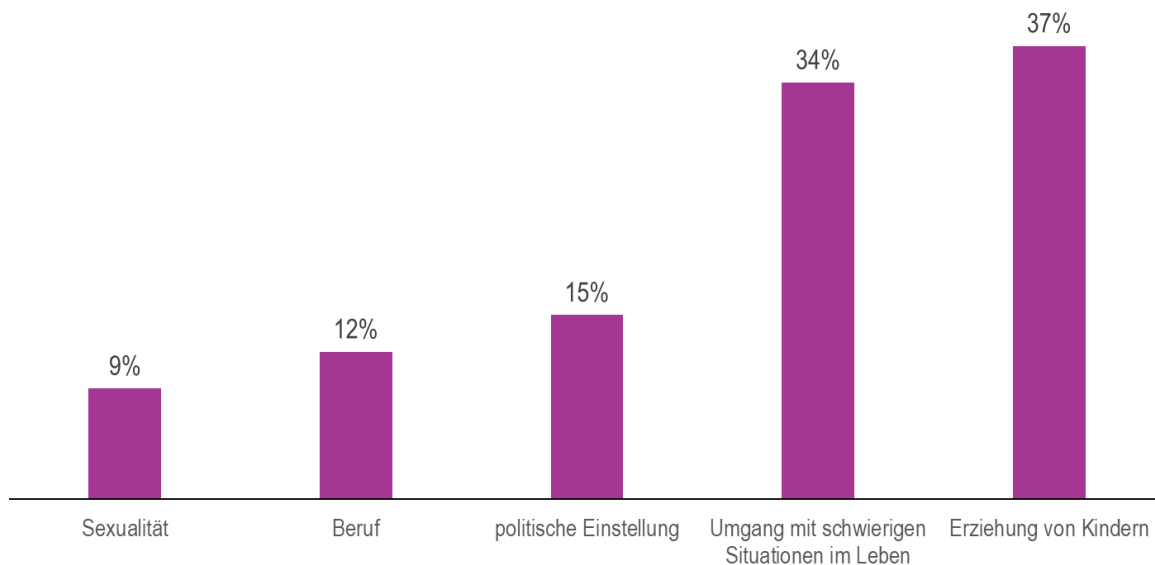
## Ohne Kinder schläft die Kirche ein?!

Kinder halten die Gemeinden lebendig. Sie stehen für Aufbruch, Zukunft, Innovation, Spontanität, Vertrauen.

Sie bringen sich selbst mit: ihre Fantasie, ihre Fragen, ihr Vertrauen, ihre Familie, ihre Freund\*innen.

Kinder sind Kirche. Jetzt schon. Nicht erst in Zukunft, sondern heute.

Bedeutung von Religion im Leben (6. Kirchenmitgliedschaftsuntersuchung, 2023)



Fazit: Eine Gemeinde/Region, die Kinder in ihrer Mitte willkommen heißt, hat Zukunft. Sie wird in ihre Arbeit mit Kindern, Jugendlichen und Familien investieren: Zeit, Kraft, Räume, Fantasie, Liebe, Geld.

## REGIOLOKAL

Regiolokal bedeutet, sich von der Vorstellung zu verabschieden, dass alles in unmittelbarer Nähe der eigenen Kirche stattfinden muss. Praktisch heißt das auch Loslassen von dem, was in der Vergangenheit einmal gut gewesen ist, heute aber aus vielfältigen Gründen so nicht mehr funktioniert.

Gleichzeitig heißt regioloal zu denken, Verantwortung für die Kommunikation des Evangeliums zu übernehmen – für Zielgruppen, in bestimmten Situationen, für eine ganze Region.

## ZIEL DER REGIOLOKALEN KIRCHENENTWICKLUNG IN DER KIRCHE MIT KINDERN

Regioloale Kirchenentwicklung bedeutet für die Kirche mit Kindern, dass es ein attraktives gottesdienstliches Angebot für Kinder/Familien in erreichbarer Nähe gibt, das bekannt ist und gerne besucht wird.

## PLANEN

**Wer? (Zielgruppe klären)** – Alter der Kinder; generationenübergreifend; Binnendifferenzierung (Gruppen von Kindern unterschiedlichen Alters)? Je konkreter ich die Zielgruppe erfasse, desto klarer kann ich das Angebot konzipieren. Wenn möglich, die Zielgruppe selbst in die Planung einbeziehen, befragen, ...! Welche Netzwerke haben die Kinder (Vereine, Schule, Kita, Freundeskreise, Freizeitaktivitäten, ...) – können diese hilfreich sein (z. B. Kooperation mit einer Schule)?

**Wo? (Ort klären)** – von der Zielgruppe her denken: Wo wohnen Familien? Welche Wege legen sie bzw. die Kinder im Alltag zurück? Gibt es Orte, die sich gut anbieten, weil sich Familie dort auch sonst „zu Hause“ fühlen? (z. B. Familienzentrum, Gemeindehaus neben der Schule, Vereinsheim, ein Ort im Freien, Kirchengebäude)

**Mit wem? (regional planen)** – Wer arbeitet zusammen? Wer ist (rechtlich) verantwortlich? Wer bringt was ein? Man sollte auch weiter denken, über die evangelischen Kirchengemeinden hinaus: Ökumenisch? In Kooperation mit Kita, Schule? Kinderchor, Jungschar, KiBiWo; wichtig: keine Konkurrenz, sondern Ergänzung!

**Wer? (Mitarbeitenden)** – Regioloales Team – gegenseitiges Vertrauen stärken!

**Was? (Ziel des Engagements)** – In welcher Form wollen wir Gottesdienste mit Kindern feiern? Was steht im Mittelpunkt? Mit welchem Ziel? Was ist die gemeinsame Schnittmenge in der Region. Tipp: Wenn man von den Kindern/Familien her denkt, ist das oft viel einfacher, also von lokalen Traditionen her.

**Wann? (Rhythmus, Tag und Uhrzeit)** – sonntags oder an einem anderen Tag? Wann haben die Kinder Zeit? Wann passt es den Eltern? Bezug zum traditionellen Gottesdienst der Gemeinde? In welcher Regelmäßigkeit? Rhythmus? Das hat dann wiederum

Auswirkung auf die Werbung. Bei Projekten oder monatlichen Angeboten:  
Jahresplanung!

**Wie? (das Format)** – Es gibt viele unterschiedliche Formen, mit Kindern Gottesdienste zu feiern. Es gibt aber nicht das eine Format, das für alle funktioniert. Hier muss in der Region geschaut werden nach Ressourcen, Orten, Interessen der Zielgruppe.

**Gängige und erprobte Formen von Gottesdiensten mit Kindern**

- Klassisch am Sonntagmorgen parallel zum Erwachsenengottesdienst, wöchentlich, 14-tägig oder monatlich
- Projekt: eine oder mehrere Reihen pro Jahr
- Monatlich, oft verbunden mit einem Essen; Kinderbibeltag; Kindergottesdienst zur Marktzeit
- Projekte und Highlights: Nutella-Frühstück, Ausflüge, gemeinsames Essen, an ungewöhnlichen Orten, Outdoor, Spielplatzgottesdienste
- Kirche Kunterbunt
- Promiseland/Abenteuerland
- Familienkirche/Kirche für kleine Leute
- Krabbelgottesdienste
- Familiengottesdienst
- Godly Play
- Gottesdienste/Andachten in der Kita

Man kann diese gängigen und erprobten Formen folgendermaßen kategorisieren:

**Drei Formen der Kirche mit Kindern**

KLASSISCH	FAMILIENORIENTIERT	PLURAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>• mit klarer Liturgie</li> <li>• regelmäßig, oft parallel zum Erwachsenengottesdienst</li> <li>• Zielgruppe: inner circle (kerngemeindlich); kleine Gruppen; hohe Kirchenverbundenheit: die Kinder der Mitarbeitende sind es wert</li> <li>• Akzeptanz der geringen Reichweite</li> <li>• flexibel für Kleinstgruppen</li> <li>• realistischer Aufwand</li> <li>• Komm-Struktur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• an den Bedarfen von Familien orientiert zu familienkompatiblen Zeiten</li> <li>• Formen, die auch „Nichtkerngemeindemenschen“ erreichen</li> <li>• professionelle Werbung</li> <li>• manchmal auch an besonderen Orten</li> <li>• Mischung aus Komm- und Gehstruktur</li> <li>• regional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• im öffentlichen Raum</li> <li>• Gottesdienst mit Kindern (und Familien) in der religionspluralen Gesellschaft: Kindergartengottesdienste, Schulgottesdienste, bei Stadtfesten</li> <li>• verschiedene Grade der Partizipation, pluralitäts offen, vertrauensbildend im Umfeld der nicht-evangelischen / nicht-christlichen Eltern</li> <li>• Geh-Struktur</li> </ul>

Alle drei Formen haben ihre Berechtigung und sind wichtig. Man sollte sie nicht gegeneinander ausspielen. Auch dabei schauen, was in der Region funktioniert!

Ziel aus der Sicht von Kindern/Familien könnte sein: Familien/Kinder haben in erreichbarer Nähe ein attraktives gottesdienstliches Angebot, das sie gerne wahrnehmen.

## EINLADEN

Die Einstellung der Beteiligten ist entscheidend: Alle sollten sich mit dem Angebot identifizieren. Auch die Kommunikation nach innen und außen sollte das widerspiegeln: Es ist „unser“ Angebot, auch wenn es nicht vor Ort stattfindet. Das Angebot muss bekannt sein, vor allem dort, wo es nicht stattfindet. Neben klassischen Medien bieten sich an:

- Social Media
- Kostenlose Verteilzeitschriften für Familien
- Werbebanner am Straßenrand
- Persönliche Einladungen und personalisierte Briefe
- Familien-Newsletter
- Schaukästen
- Familien-Newsletter
- WhatsApp-Gruppen
- Netzwerke (zu Kitas, Schulen, Vereinen ...)

Ein viertel- oder halbjährlicher „Familienkompass“, der die Angebote für Kinder und Familien einer Region bündelt, kann ebenfalls hilfreich sein. Dieser kann auch öffentlich bei Kinderärztinnen, an Schulen, Kitas, Stadtteilzentren, Familienzentren ... ausgelegt werden.

Bestenfalls koordiniert das Team, das die Angebote gestaltet, mit Unterstützung von Gemeindebüro/Pfarrämter auch die Werbung.

Auch auf den Webseiten sollten diese Angebote auffindbar sein. Prüfen Sie sich doch selbst einmal: Was machen Sie, wenn sie im Urlaub nach einem Gottesdienst am Urlaubsort suchen? Googeln Sie dann auch?

## ZULETZT

Die Arbeit mit Kindern (und Familien) ist vor allem Beziehungsarbeit, auch regiolokal!

Zusammengestellt von Markus Grapke,  
Landespfarrer für Kindergottesdienst, 01.10.2024