

EVALUATION JURTENSOMMER 2018

Pfarrei Bruder Klaus Liestal



zusammengestellt von Peter Messingschlager

Rheinstrasse 20b, 4410 Liestal

Tel. 061 927 93 50

Mail: pfarramt@rkk-liestal.ch

www.rkk-liestal.ch

0. Einleitung**1. Einige Facts****2. Aussenansicht: Rückmeldungen von Beteiligten und Gästen****3. Arbeit der Projektgruppe**

Gesamteindruck

Verantwortungsbereiche im Einzelnen

4. Auswertung von Angebot & Programm nach der 5-Säulen-Struktur

Säule 1: Hauptzielgruppen, Partner, Selbstverständnis der Pfarrei

Säule 2: Organisation, interne Kommunikation, Finanzen

Säule 3: Raumpotential, Plattformen/Bereiche, Ästhetik, Nutzerfreundlichkeit

Säule 4: Grundangebot, Programm, Methodik der Gastfreundlichkeit

Säule 5: Information, externe Kommunikation

5. Budget / Rechnung**6. Ausblick & Verbesserungsvorschläge****0. Einleitung**

Mit dieser Evaluation sollen möglichst viele Aspekte des Jurtensommers in Blick genommen werden, welchen die Pfarrei Bruder Klaus Liestal im Jahr 2018 erstmalig durchführte. Folgende **Ziele** sind massgebend:

- Die Erfahrungen mit der niederschweligen Angebotsanlage, der Raumgestaltung, der Arbeitsweise und Organisation sind gesammelt und aufgearbeitet.
- Die zentralen Erkenntnisse sind gesamtbetrieblich anhand der 5-Säulen-Struktur erfasst und fliessen in die Grundlagen der Gemeindeentwicklung (Identitätsprofil) und das zukünftige Wirken der Pfarrei ein.
- Die Ergebnisse dienen der Information und Sensibilisierung weiterer Kreise der Pfarrei über die Gemeindeentwicklung und stärken das Vertrauen in ihr innovatives Potential.
- Sie liefern konkrete Erfahrungswerte für nächste Schritte und Massnahmen im laufenden Entwicklungsprozess.

Die Evaluation beruht im Wesentlichen auf diesen **Grundlagen**:

- Auswertungssitzung der Projektgruppe
- Auswertungssitzung des Seelsorgeteams
- Äusserungen von Interviewpartnern der Befragungsaktion der Pfarrei
- Äusserungen von freiwilligen Helferinnen & Helfern und Partnern des Jurtensommers

1. Einige Facts

Zeitraum	Aufbautag:	26. Mai	
	Abbautag:	25. September	
Angebote/	regelmässig	Gebet für den Frieden	3 - 8
Besucherzahlen		Feierabendzeit am Freitag (o.Programm)	0 - 10
		Krabbelmüüsli	6 -15
		Meditation Jurte	3 - 6
		Mittagsbistro	10 - 40
		Spielzeit am Mittwoch	0 - 4
	gelegentlich	Gongmeditation	6 - 8
		Klangmassage	5 - 7
		Märchen & Geschichten	6 - 25
		Public-Viewing Fussball-WM	20 - 60
		Qi Gong	6 (nur intern)
	einmalig	Ausstellung Menschenrechte	o. Zahlen
		Filzen f. Kinder & Erwachsene	2
		Lesung Barbara Scheibler	4
		Konzert Merula	25 - 30
		Musikalischer Abend	15 - 20
		Openair-Cinema „Deckelbad“	25
		Rosen – Duft & andere Geschichten	3
		Schlussfest Jurtensommer	60
		Schulendgottesdienst	80

Total (ohne Nutzung Pfarrei- & externe Gruppen) **ca. 1'900**

bei 92 Öffnungstagen ein **Durchschnitt von 20 Besuchern/Tag**

Freiwillige Helferinnen & Helfer 73 Kinder, Jugendliche, Frauen & Männer zwischen 7 und 75 Jahre für Auf- und Abbau, Grill- & Bistro-dienste, kulturelle & spirituelle Anlässe, Gottesdienste

Partner / Sponsoren

Erne AG Bauunternehmung Laufenburg
 AV Stumpfl GmbH Präsentationstechnik A-Wallern
 Frischkostbar Liestal
 GarDeRobe Liestal
 Klaus AG Liestal
 Restaurant Falken Liestal
 Sowacom GmbH Reinach
 und weitere Sponsoren & Donatoren

2. Aussenansicht: Rückmeldungen von Beteiligten und Gästen

Bunt, spontan, lebendig

Sehr cool

Public-Viewing am schönsten Ort in Liestal

Zelt war wunderbar

Immer Grill ist etwas viel

Unbedingt mehr Werbung

„Wir haben überlebt“ (Mitarbeiter)

So viele Begegnungen, neue Bekannte

Viele neue Freiwillige, eine grosse Belebung

<< hier sollen noch direkte Aussagen von Teilnehmenden der Fragebogenaktion einfließen >>

3. Arbeit der Projektgruppe

Die Projektgruppe trug die Hauptverantwortung für die Organisation des Jurtensommers. Sie bestand aus **6 Personen** (Freiwilligen, Hauptamtlichen und einer Projektbegleitung):

- Danielle Cottier, DC cottier+zogg Beratung, Moderation
- Peter Messingschlager PM Gemeindeleiter, Ko-Projektleitung, Rahmenmoderation
- Miryam Rettenmund MR Familienfrau, Erwachsenenbildnerin, Primarlehrerin
- Esther Salathé ES Erwachsenenbildnerin, Familienarbeiterin, Ko-Proj.ltg.
- Thomas Tremp TT Familienvater, Projektleiter Bahn
- David Plattner & DP Zivildienstleistende
Tobit Moosbrugger TM (ab August)

Gesamteindruck „aus dem Bauch“ (Zitate):

Freude – Lust nach mehr – super Miteinander – gute Atmosphäre – „werkeln“ macht Spass – grossartige Rückmeldungen – Versuch des Öffnens funktionierte bestens – grossartige Dynamik – mehr als zufrieden – neue Leute für's Projekt begeistert – Gastgebersein ist schön

Verantwortungsbereiche im Einzelnen:

- **Organisation Gesamtprojekt (PM & ES):**
 - Koordination: Die Planung der 7 Sitzungen zwischen Nov. 2017 und Oktober 2018 sowie die interne Kommunikation gerade auch in der intensiven Zeit im Mai vor dem Start waren für die PG-Mitglieder sehr zufriedenstellend. Alle wussten, welche Aufgaben sie innerhalb ihres Verantwortungsbereiches wahrzunehmen hatten.
 - Finanzen: Die Budgetplanung war herausfordernd, weil Vorerfahrungen fehlten sowie die Dynamik des Planungsprozesses ständig neue Ideen mit sich brachte, deren Finanzierung nicht eingeplant waren. Zudem gab es keine Vorstellungen davon, inwieweit Sponsoren und Donatoren das Projekt mit unterstützen würden. Hilfreich war, dass es mit der Kerzlikasse der Pfarrei ein ausreichendes Polster gab, um auch ungeplante Ausgaben stemmen zu können. Zudem stellte die Kirchgemeinde bzw. der Kirchgemeinderat bei Bedarf ein zusätzliches Budget in Höhe von CHF 10'000 in Aussicht.
 - Öffentlichkeitsarbeit: Der Einsatz von Printmedien war gut (Flyer, Blachen, Kirche heute, regionale Zeitungen). Die Webseite www.jurtensommer.ch wurde rege frequentiert.

	BesucherInnen	Seitenaufrufe
Mai	158	596
Juni	633	1'654
Juli	308	849
August	296	755
September	81	199

Social-Media wurden eingerichtet (Facebook, Instagram), aber da der Umgang ungewohnt war sowie die aktualisierende Pflege mehr Zeit in Anspruch nahm als vorhanden war, fristeten diese Kanäle eher ein Mauerblümchendasein.

- Evaluation: Das Vorhaben, permanent sowohl quantitativ als auch qualitativ in einer Art Jurtensommer-Journal das Geschehene zu erfassen, konnte aus Ressourcengründen nicht

realisiert werden. So erfolgt die Evaluation nach Abschluss des Jurtensommers im Rückblick der Hauptverantwortlichen und Beteiligten des Projektes.

- **Organisation Hauptbereiche (alle PG-Mitglieder):**

- Kulinarium (PM): Das Bistro mit den Garnituren auf Holzschnitzel mit Ausblick ins Grüne wurde rege frequentiert. Die Einrichtung der Remise als Küche war in Ordnung, aber im Hinblick auf Strom- und Wasserversorgung sowie Hygiene suboptimal. Wenn ES und PM nicht anwesend waren, fehlte eine Person, die Verantwortung für die Organisation des Bistros übernahm (Überblick Lebensmittel, Einkauf, Einweisung Freiwillige, Kontakt Rest. Falken). Die Anzahl der Besuchenden hing vom Wetter ab, auch wenn der Sommer insgesamt natürlich traumhaft war. Das Angebot des Mittagsbistros war sehr grilllastig. Die Frischkostbar am Mittwoch-Nachmittag war sehr spärlich besucht, ausser es lief ein Programmangebot. Der Grill beim Public-Viewing und die generelle Möglichkeit, das eigene Picnic mitzubringen, kam sehr gut an, ebenso der Glaceverkauf.
- Spielen (ES & MR): Dieser Bereich war toll zu planen, mit dem grossen Sand-Wasserkasten auf der hinteren Wiese, mit der Ludothek, Pingpong und Töggeli und Slackline. Leider wurden die Angebote – abgesehen von Pingpong und Töggeli im vorderen Bereich und Sandkasten hinten – eher wenig genutzt.
- Verweilen /Austauschen (TT): Die Garnituren im Bistro, die Stühle & Tische drumherum, die Lounge am Bistro wurden gut genutzt, die Baumsitze um die Feuerstelle dagegen praktisch nicht. Dies lag zum einen wohl daran, dass kein Feuer gemacht wurde wegen der Sommerhitze und auch des Feuerverbots, zum anderen auch daran, dass die meisten Anlässe vor Einbruch der Dunkelheit beendet waren, und vielleicht auch daran, dass der Standort etwas abgelegen war. Mühsam war es, die Kissen für die Lounge wie auch die mobilen Sitzelemente jeden Tag hervorzuholen und auch wieder zu versorgen. Auf den Baumbänken sah man immer wieder Menschen verweilen.
- Atmosphäre: Das Bistro in der Remise mit dem schön geschwungenen Zeltdach erwies sich als ästhetisches Highlight des Jurtensommers. Zahlreiche Leute meinten, das wäre ein wunderbarer Ort mitten im Grünen, um zu verweilen und miteinander zu essen und zu trinken. Kleine Dekormaterialien wie Wimpel und Fähnchen, aber auch die farbenfrohen Wegweiser, die grosse selbstgestaltete Fahne an der Rheinstrasse wie auch das Erdbeerbeet zauberten eine ansprechende und einladende Stimmung. Für zahlreiche Leute war Fussball-Schauen unter der grossen Linde grossartig. Die Jurte war unaufdringlicher Eyecatcher des Areals, in welchem vor allem ruhigere Programme stattfanden.

- **Allgemein:**

Die Infrastruktur war vorhanden und wurde rege genutzt, von internen wie auch externen Personen und Gruppierungen.

4. Auswertung von Angebot & Programm nach der 5-Säulen-Struktur

Die Auswertung des Angebots wie auch des Programms des Jurtensommers erfolgt nach der 5-Säulenstruktur, wie sie von Danielle Cottier und Lisbeth Zogg von generationenwelten.ch entwickelt wurde. Diese Methode wird auch bei der Auswertung der Befragungsaktion der Pfarrei angewendet. Die Ergebnisse fliessen ein in das Identitätsprofil der Pfarrei.

Säule 1: Hauptzielgruppen, Partner, Selbstverständnis der Pfarrei

- Hauptzielgruppen:** In der Planungsphase wurden Familien, Jugendliche & junge Erwachsene sowie Erwachsene als Zielgruppen definiert. Familien mit jüngeren Kindern und Erwachsene (ab 50 Jahre) konnten gut erreicht werden und waren präsent, Erwachsene zwischen 27 – 50 Jahre mittelmässig. Die anvisierte Gruppe der Jugendlichen (13-18 Jahre) und jungen Erwachsenen (19-27 Jahre) war praktisch nicht vorhanden. Das lag wohl vor allem daran, dass die geplante Werbeaktion an der Gewerbeschule und am Gymnasium aus Kapazitätsgründen nicht durchgeführt werden konnte. Einzelne anwesende junge Leute teilten mit, dass sie die Anlage und vor allem das Bistro mit den Spiel- und Chillmöglichkeiten als ziemlich attraktiv für ihre Altersgruppe einschätzten, aber eben nichts vom Angebot wussten.
- Verbindungen/Generationennetz:** Der Anspruch, unbekannte Menschen wie auch Generationen zusammenzubringen und Kontakte knüpfen zu lassen, wurde teilweise erfüllt. Beim Auf- und Abbau, vor allem aber im Bistro und Programmangeboten wie Lesungen und Konzerten begegneten sich Menschen, die vorher nichts voneinander wussten. Natürlich blieben viele in ihrer Peergroup; dennoch wurden immer wieder Brücken geschlagen. Auch kirchenferne Gäste nahmen einzelne Angebote wahr.
- Partner:** Die Grunderfahrung war, dass sich sowohl Einzelpersonen wie auch Institutionen anfragen und gerne hineinnehmen liessen in den Jurtensommer. Wichtigster Partner im Erstellen der Infrastruktur war die Fa. Erne. Sie unterstützte uns beim Bau des Sandkastens, im Bereitstellen von Garnituren und Werkzeug wie auch mit Manpower. Hier erhielten wir Unterstützung von weiteren Firmen, die mit der Kirchgemeinde geschäftliche Beziehungen pflegen. Kulinarisch konnten wir das Rest. Falken und die Frischkostbar gewinnen, die mit ihrer Kompetenz und ihrer Freundlichkeit wesentlich zum Gelingen beigetragen haben, ohne dass dabei finanziell viel für sie herausgeschaut hätte. Für das kulturelle Angebot stellten sich Frauen und Männer oft unentgeltlich mit ihren Talenten zur Verfügung und bereicherten so das Projekt. Nicht zu vergessen die zahlreichen Spender, die mit kleinen und grossen Beiträgen die finanzielle Substanz erheblich verstärkt haben.
- Wahrnehmung der Pfarrei:** Zahlreiche BesucherInnen konnten am Jurtensommer ein (oft überraschendes) offenes, positives und engagiertes Bild von Kirche gewinnen. Ihnen wurden neue Facetten von Kirche-sein vermittelt, eine spezielle Form der „Nächstenliebe“. Sie fanden es wichtig, nicht das Gefühl haben zu müssen, missioniert zu werden. Vgl auch oben P.2 Aussensicht – Rückmeldungen von Beteiligten und Gästen.
- Selbstverständnis der Pfarrei:** Mit der Aufgleisung und Durchführung des Jurtensommers konnten etliche Leitlinien und zentrale Haltungen konkretisiert werden. So wurde erfahrbar,

dass die Verantwortlichen der Pfarrei sich Zeit nehmen für Menschen und eine Kultur der Gastfreundschaft pflegen allen Menschen gegenüber, egal welcher Kultur oder welchem Milieu sie entstammen. Sie ermunterten zahlreiche Leute, ihre Fähigkeiten und Ressourcen in das Projekt einzubringen und es so ein Stück weit zu ihrem eigenen werden zu lassen. Sie öffneten Räume der Begegnung und der Musse, damit Menschen ihr Nest verlassen und Zeit verbringen miteinander („Rauszeit“). Sie waren besorgt, dass der Pfarreigarten zu einem schönen und gepflegten Areal wurde, der Menschen anzog und in dem sie sich wohl fühlten. Und nicht zuletzt boten sie, wenn auch in bescheidenem Umfang, Menschen in einer prekären Lebenssituation die Möglichkeit an, durch Mitarbeit Struktur, Anerkennung und natürlich auch ein wenig Geld zu erhalten.

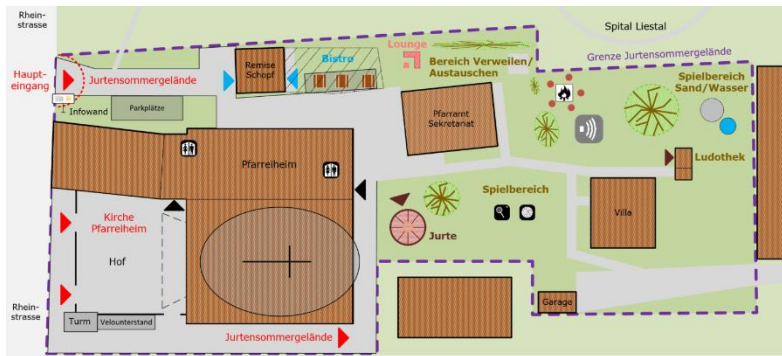
Säule 2: Organisation, interne Kommunikation, Finanzen

- **Organisation:** Die wichtigsten Aspekte wurden erwähnt unter 3. Arbeit der Projektgruppe.
- **Interne Kommunikation:** vgl. ebenfalls unter 3.
- **Finanzen:** vgl. unter 3. und 5.
- **Verantwortlichkeiten & Rollen:** Die Verantwortlichkeiten innerhalb der Projektgruppe waren gut verteilt und klar. Sofern die Hauptamtlichen der Pfarrei nicht in der Projektgruppe waren und doch eingebunden in den einen oder anderen Anlass oder die Verantwortung für Teile des Grundangebotes, waren die Absprachen und Verantwortlichkeiten nicht immer klar und deutlich kommuniziert. Da das Projekt Jurtensommer neben der „normalen“ Arbeit aufgegleist wurde und zusätzlich eine Dynamik gewann, die immer grössere Kreise zog – was ja erfreulich ist – so erwies sich das zu leistende Pensum als grenzwertig. Grundsätzlich stellt sich die Frage, welche Auswirkungen die zusätzlichen Aufgaben auf die Pensen und Pflichtenhefte der Angestellten haben. Ob etwa Aufgabenbereiche des bestehenden Personals auf- und abgegeben werden oder etwa für die Planung und Durchführung des Jurtensommers und möglicher weiterer neuer Bereiche eine neue Stelle geschaffen werden muss. Mit dem Jurtensommer hat sich das Rollenbild des Personals um eine schöne Facette erweitert, nämlich die des Gastgebers: Da sein für die Gäste, spüren wer sie sind und welche Bedürfnisse sie haben, das Setting so zu richten, dass ihnen wohl ist. Hierzu noch eine Bemerkung: Oft staunten die Verantwortlichen, wie alle immer geholfen haben und da waren und sich irgendwie und oft ganz selbstverständlich als Teil des Ganzen einfügten.

Säule 3: Raumpotential, Plattformen/Bereiche, Ästhetik, Nutzerfreundlichkeit

- **Potential des Pfarreigartens:** Mit dem Jurtensommer wurde erfahrbar, dass die Aussenanlagen der Pfarrei wie eigentlich erwartet ein unausgeschöpftes Potential in sich tragen. Die Öffnung des Areals wurde gerne angenommen, von Anbietern bespielt und von Gästen genutzt. Dieses Potential ist sicherlich noch lange nicht ausgeschöpft.

- **Anordnung der Hauptbereiche:** Die Hauptbereiche Essen & Trinken, Spielen & Bewegen, Verweilen & Austauschen waren relativ klar positioniert vgl. Lageplan. Das Kulinarium war eindeutig beim Zeltbistro im vorderen Bereich, vor allem beim Public-Viewing mobil nach hinten auf die Wiese bei der alten Villa verlegt. Im Spielbereich waren die Ludothek und der Sand-Wasser-Platz im hinteren Teil des Areals, fielen damit im



Gegensatz zum Pingpong-Tisch und dem Töggelikasten den Besuchern nicht unmittelbar ins Auge und wirkten damit oft etwas abseits gelegen. Die Gelegenheiten zum Verweilen waren über das ganze Areal verteilt und wurden je weiter hinten desto weniger genutzt (zB. die Feuerstelle mit ihren Sitzklötzen aus Holz). Ausnahme auch hier die vielfältigen Sitzgelegenheiten um den Sand-Wasser-Platz, wenn ein strukturiertes Angebot stattfand (Krabbelmüslis).

- **Sekundär-Infrastruktur:** Sicherlich von Vorteil war, dass mit dem Pfarreizentrum vieles an notwendiger Infrastruktur schon vorhanden ist. Die WC-Anlagen des Pfarreiheims konnten uneingeschränkt genutzt werden. Die Zahl der Parkplätze reduzierte sich auf den vorderen Bereich an der Rheinstrasse; aber da es in unmittelbarer Nähe etliche öffentliche Parkmöglichkeiten gibt, war das kein Problem. Ebenso konnte der vorhandene Veloparkplatz am Innenhof genutzt werden. Die Zugangswege wurden mit Wegweisern so bestückt, dass die vorhandenen Bereiche schnell gefunden werden konnten. Einzig der hintere Park war für Aussenstehende nicht sofort auffindbar, zB. für das Public-Viewing. Als Stauräume dienten der Nebenraum in der Remise, das Refugium und auch der Vorraum des Pfarreisekretariats. Dies war zum Teil unpraktisch, vor allem aber auch nicht immer ansehnlich, indem es den Hauch von Lagerraum verströmte. Das grüne Public-Viewing-Zelt im hinteren Park diente auch als Lagerzelt, was sehr praktisch war.

- **Nutzerfreundlichkeit:** Es war mühsam, gewisse Dinge wie die Lounge-Matrasen, das Sitzmobiliar oder Spielgeräte immer wieder herausräumen und am Abend oder bei Schlechtwetter verräumen zu müssen. Zum Teil geschah das auch als Vorsichtsmaßnahme, weil nicht klar war, ob mobile Infrastruktur gestohlen oder beschädigt werden würde. In dieser Hinsicht gab es während der ganzen 4 Monate keinerlei negative Vorkommnisse. Den Bereich Verweilen durch geeignete Massnahmen permanent einladend zu gestalten, wäre sicherlich erstrebenswert. Die Pflege der Sitzgruppen und Tischli braucht Aufmerksamkeit und ist in Arbeitsabläufen mit angemessenem Umfang zu berücksichtigen. Im Bistro zog das Rest. Falken gelegentlich den Grill oder die Salatbar ab, so dass es für Wochenendnutzungen nicht vorhanden war. Eine gute Kaffeemaschine fehlte. Den Grill musste man für Gastroaktivitäten im hinteren Bereich dislozieren, ebenso Getränke in einen vorhandenen zweiten Kühlschrank. Die Jurte war während der heissen Zeit wegen Überhitzung oft nicht wirklich zu gebrauchen.

- **Ästhetik:** vgl. Bemerkungen unter 3.

Säule 4: Grundangebot, Programm, Methodik der Gastfreundlichkeit

- Grundangebot:** Das Grundangebot war grundsätzlich niederschwellig angelegt, dh. jede und jeder konnte kommen, es nach seinem Gusto nutzen und sich wohlfühlen. Hilfreich zum Kennenlernen waren die mittelschwelligen Angebote wie Krabbelmüüsli, Geschichtenanlässe, Public-Viewing, Konzerte, kreative Anlässe, Gottesdienst. Hier kamen Leute zur Teilnahme an einem bestimmten Anlass und kamen so in Kontakt mit den Möglichkeiten des Jurtensommers. Daraus erwuchsen dann auch hochschwellige Angebote, in welchen interne wie auch externe Gruppen und Vereine die Infrastruktur für ihr Programm nutzten (zB. intern: Frauengemeinschaft, KGR, Lektorengruppe, Pfarreikaffee, Mittagstisch / extern: Freiwillige Kantonsspital Liestal, ref. Kirchenpflege Liestal, Hochzeitsgesellschaft u.a.)
- Programm:** Die Projektgruppe versuchte, die 4-monatige Jurtensommerzeit in 3 Phasen zu gliedern. Die Einrichtungsphase dauerte vom 26. Mai bis zum 9. Juni und hatte zum Ziel, um die Jurte herum sämtliche Hauptbereiche mit ihrer Infrastruktur zu installieren. Diese Phase erwies sich als wichtig, weil damit schon über 30 Helfende vom Kind bis zum Senior das Projekt zu ihrem eigenen machten und zu Multiplikatoren wurden, die ihrerseits neue Leute anzogen. Die Programmphase spann sich über den gesamten Jurtensommer und war gefüllt mit regelmässigen, gelegentlichen wie auch einmaligen Anlässen (vgl. unter 1). Hier weitete sich der Kreis der Freiwilligen auf über 70. Die Abschlussphase begann am 14. September mit dem Schlussfest und endete am 25. September mit dem Abbau der Infrastruktur. Die Projektgruppe hatte zwei wichtige regelmässige Angebote lanciert: Die Spielzeit am Mittwoch und die Feierabendzeit am Freitag. Beide wurden insgesamt wenig frequentiert. Anders war es einzig dann, wenn in diesen Zeitfenstern Angebote eingebettet wurden (kulturelle Anlässe, Public-Viewing, Openair-Cinema).
- Methodik der Gastfreundlichkeit:** Hier spielt das Prinzip der niederschweligen Drehscheibe eine zentrale Rolle. Es wird ein offener Raum zur Verfügung gestellt, der bespielt werden darf im Spannungsfeld von Freiheit und Eigeninitiative, in einem lebendigen mit-, Neben- und Durcheinander von Menschen, Generationen, Aktivitäten und Interessen. Ohne ins Detail zu gehen, darf festgehalten werden, dass der Jurtensommer als Raum rege genutzt wurde, wo unterschiedlichste Menschen sich mit ihren Talenten einbringen und entfalten konnten. Zugleich durften Menschen aber auch einfach da sein, zum Konsumieren, zum Geniessen, zum Ausruhen, zum Spielen, ohne dass irgendetwas von ihnen erwartet worden wäre; und sie sich gerade deshalb wohlfühlten, so dass sie oft aus dieser Freiheit heraus mit anpackten und das Gelingen des Jurtensommers mit zu ihrer Sache machten. Gastfreundlichkeit bringt Freundlichkeit hervor. Und führt zu Begegnungen von sich bisher Unbekannten und schenkt Zeit für Gespräche und Begegnungen auch zwischen den Generationen. Den offenen Raum so zu strukturieren und anzubieten, dass er als Gestaltungsraum erkannt wird, ist sicherlich eine Aufgabe für die Zukunft. Da scheinen längst nicht alle Potentiale ausgeschöpft.

Säule 5: Information, externe Kommunikation

- **Symbolbild / Logo:** Das Bild der offenen Jurte auf grünem Hintergrund stiess auf sehr positive Resonanz, ebenso wie der Claim „Rauszeit“, der griffig und einladend zum Ausdruck bringt, wozu der Jurtensommer ermuntern will. Beide sind unbedingt beizubehalten, so dass sie mit der Zeit für das stehen, um was es der Pfarrei mit dem Jurtensommer geht.
- **Medien:** Der Jurtensommer wurde auf unterschiedlichen Kanälen beworben. Der Flyer kam ansprechend und informativ daher und wurde in Liestal als Beilage von Liestal aktuell an alle Haushalte verschickt. Er machte das Projekt bekannt und vermittelte alle nötigen Grundinformationen. Neben diesen vermittelte die Homepage www.jurtensommer.ch auch alle aktuellen Infos über Angebote und Anlässe. Dies war wichtig, weil nicht von Anfang an alles schon bis ins Detail hinein geplant worden war und geplant werden konnte. Sie wurde rege genutzt (vgl. unter 3). Die bespielten Socialmedia-Kanäle Facebook und Instagram wurden zwar aufgesetzt, aber aufgrund fehlender Ressourcen nur unzureichend betreut und bespielt. Deren Potential vor allem auch für Jugendliche sollte in Zukunft mehr ausgereizt werden. An der Rheinstrasse wurde mit Blachen und einer grossen Infowand auf den Jurtensommer aufmerksam gemacht. Auch diese bevorzugte Lage könnte auffälliger bestückt werden und so zum Bekanntwerden des Projekts beitragen.
- **Infokanäle:** Die Gäste des Jurtensommers erfuhren über sämtliche oben genannten Kanäle vom Jurtensommer. Die nachhaltigste Wirkung wurde erzielt über Mund-zu-Mund-Propaganda; wenn Leute einmal da waren und gut gegessen haben oder einem inspirierenden Anlass in schöner Gemeinschaft beiwohnten, dann kamen sie oft wieder, und oft mit Bekannten und Freunden.
- **Dokumentation:** Die Projektgruppe konnte mit Jean-Claude Graf einen Gymnasiasten und Hobbyfotografen gewinnen, der einzelne Anlässe besuchte und die gemachten Aufnahmen für die Homepage zur Verfügung stellte. Im Anschluss an den Jurtensommer erstellte er zwei Fotowände und eine Fotoshow, die einige Wochen in der Kirche gezeigt wurde. Desweiteren erstellt er ein Fotoalbum, das ohne grossen Aufwand aufgelegt und zum Durchschmökern in die Hand genommen werden kann. Die Dokumentation ist wichtig und wertvoll, weil sie einen visuellen Eindruck von Anlässen und ihrer Stimmung vermittelt.

5. Budget / Rechnung

ABRECHNUNG JURTENSOMMER 2018

Stand: 23.12.2018

	BUDGET		RECHNUNG	
A. EINNAHMEN				
Beiträge Kirchgemeinde		16'500,--		15'000,--
∞ Ordentliches Budget	5'500,--		5'000,--	
∞ ausserordentl. Beitrag	10'000,--		10'000,--	
∞ Budget Renovation Remise	1'000,--			
Beiträge Pfarrei		38'550,--		38'434,08
∞ Sitzungsgelder PM	6'000,--		6'582,50	
∞ Übertrag alte Pfarreiprojekte	2'500,--		2'333,07	
∞ Antoniuskasse (Entschädigung Bistrodienst)	0,--		2'026,00	
∞ Kerzlikasse (Vorfinanzierung Public-Viewing)	30'050,--		24'492,51??	
∞ Pfarreirat	0,--		3'000,00	
Gewinn Kulinarium 15 Wchn x 3 Tge = 45 Tage à 100 Fr. Gewinn		4'500,--		806,40
Einnahmen Vermietungen		0,--		50,--
Gewinn Veranstaltungen (Public-Viewing, ...)		5'000,--		2'684,95
Spenden Gönner & Sponsoren		14'000,--		10'970,42
∞ Kollekten	2'500,--		6'030,42	
∞ Spenden f. Kulinarium	500,--		0,--	
∞ Spenden f. Spiel & Sport	500,--		0,--	
∞ Spenden f. Verweilen	5'000,--		0,--	
∞ Sponsoring Firmen	2'500,--		2'400,--	
∞ Allgemeine Spenden	3'000,--		2'540,--	
∞ Div. Beiträge Fa. Erne u.a.	0,--		0,--	
TOTAL EINNAHMEN		78'550,--		67'139,45
B. AUSGABEN				
I. Grundangebot				
Miete Jurte		2'100,--		2'660,--
Renovation Kulinarium		1'000,--		1017,55
∞ Farbe & Arbeitsgeräte Anstrich	500,--		0,--	
∞ Wasseranschluss & Spülbecken	500,--		0,--	
∞ Entsorgung Remise	0,--		1'017,55	
Einrichtung Kulinarium		1'500,--		149,65
∞ Anschaffung Kühlschrank	500,--		??	
∞ Anschaffung Mehrwegbecher	400,--		0,--	
∞ Einrichtung Sirupbar Alte Villa	100,--		0,--	
∞ Anschaffung Diverses	500,--		149,65	
Einrichtung Spiel & Sport		1'500,--		720,60
∞ Gestaltung Sand-Wasser-Spielplatz Fa.Erne	0,--		0,--	
∞ Diverses Sandkasten (Folie, Holz, ...)	500,--			
∞ Anschaffungen Ludothek	500,--		416,65	
∞ Diverses (Kette f. Töggeli, Pingpong, ...)	500,--		303,95	
Einrichtung Verweilen		23'700,--		23'089,10
∞ Tische, Stühle & Bänke	5'000,--		6'169,52	
∞ Tenticle Flexzelt Kulinarium	14'500,--		14'441,93	
∞ Anlegen Feuerstelle m. Sitzgelegenheiten	600,--		0,--	
∞ Lounges aus Europaletten mit Sitzkissen	1'300,--		1'172,35	
∞ Holzschnitzel für Boden Kulinarium	500,--		822,05	
∞ 25 Garnituren Fa. Erne	0,--		0,--	
∞ 20 qm Ecoplate Holzplatten Jurte	800,--		0,--	
∞ Beleuchtung	500,--		0,--	
∞ Diverses	500,--		483,25	
Total Grundangebot		29'800,--		27'636,90
II. Programmangebote				
Public Viewing Fussball-WM & Openair-Kino		36'050,--		34'157,75
∞ Profi-Projektor Panasonic	29'000,--		27'812,78	
∞ Objektiv	2'500,--		2'290,95	
∞ Leinwand	1'900,--		2'080,07	
∞ Tunnelzelt	2'050,--		1'656,55	
∞ Suisa-Gebühren	650,--		317,40	
∞ Diverses (Kabel, ...)	500,--		0,--	
Übrige Anlässe				
∞ Selbsttragend				
Total Programmangebote		36'050,--		34'157,75
III. Werbung				
Gestaltung Eingangsbereich Rheinstrasse	1'000,--		0,--	
Flyer/Plakate/Blachen	1'500,--		1'473,49	
Homepage	700,--		292,26	
Inserate Zeitung	1'000,--		0,--	
Total Werbung		4'200,--		1'765,75
IV. Projektgruppe (Bemerk.: Honorar DC aus KG-Budget "Gemeindeentwicklung")				
Spesen	500,--		234,65	
Geschenke	500,--		318,40	
Beratung Kulinarium, Infrastruktur etc.	1'000,--		0,--	
Dokumentation	1'500,--		1'000,--	
Total PG		3'500,--		1'553,05
V. Unvorhergesehenes				
∞ Entschädigung Bistrodienst	0,--		2'026,--	
TOTAL AUSGABEN		78'550,--		67'139,45

6. Ausblick & Verbesserungsvorschläge

Noch vor der mit diesem Papier vorliegenden detaillierten Auswertung des Jurtensommers wurde aufgrund der allgemeinen positiven Rückmeldungen in den verantwortlichen Gremien von Pfarrei und Kirchgemeinde entschieden, den **Jurtensommer im 2019 in einer zweiten Auflage** fortzusetzen und weiter Erfahrungen zu sammeln. Die Kirchgemeinde stellte im Budget die nötigen finanziellen Mittel zur Verfügung. Personell soll das Projekt von den Hauptamtlichen noch einmal in der Art verantwortet werden, dass es auf mehrere Schultern verteilt wird und so innerhalb des normalen Pensums und des Pflichtenheftes machbar ist.

Die **Projektgruppe Gemeindeentwicklung** wird die Ergebnisse dieser Evaluation darauf hin überprüfen, inwiefern sie relevant sind für die Überarbeitung, Korrektur bzw. Ergänzung des Identitätsprofils.

Ganz allgemein ist es angezeigt, sich nicht in zu vielen Aktivitäten zu verzetteln, sondern vorhandene Angebote, die sich bewährt haben oder gutes Potential haben, zu optimieren und vor allem nachhaltiger zu bewerben bei jenen Zielgruppen, die im Fokus liegen. Im Folgenden finden sich die aus der Evaluation gewonnenen **Verbesserungsvorschläge**.

KOMMUNIKATION

- **Social-Media:** Facebook und Instagram intensiver bespielen durch Berichte über vergangene Anlässe und Voranzeigen von anstehenden Programmen
- **Printprodukte:** Flyer als Monatsprogramm herausgeben (ergänzt wie bisher mit Anzeigen in den gängigen Printmedien der Kirche, in Lokalanzeigern und ObZ). Abwechslungsreicheren Menüplan des Mittagsbistros ausdrucken.
- **Eingangsbereich Rheinstrasse** spektakulärer gestalten mit Eyecatcher und gut bestückter Infowand. Grössere Blachen am Kirchturm und altem Pfarrhaus aufhängen. Gut sichtbarer Lageplan des Gesamtareals.
- **Werbekampagne:** Schüler & Schülerinnen am Gymnasium und Gewerbeschule / Angestellte im Umfeld des Areals informieren (BLKB, kant. Verwaltung, EBL, Spital)

BEREICH KULINARIUM

- **Menüangebot:** Abwechslungsreicher gestalten (vegetarische Angebote, Paella, Pastaplatte < Wochen- oder Zweiwochen-Menüplan)
- **Infrastruktur:** Remise renovieren (Maler, Elektriker, Sanitär) und gastrotaugliches Mobiliar einbauen (Ziel ist eine hygienisch einwandfreie und von den Arbeitsabläufen sinnvoll gestaltete Küche)
- **Lagerhaltung:** Verantwortliche-n bestimmen, der Bestand und Einkauf organisiert
- **Preiskonzept:** je nach Angebot überarbeiten. Möglichkeit des selbst mitgebrachten Picnics auf jeden Fall beibehalten.
- **Frischkostbar:** abklären, ob und wenn ja wie das Angebot Sinn macht für alle Beteiligte

BEREICH SPIELEN

- **Ludothek und Sand-Wasser-Platz:** klarere Wegweiser dorthin. Frage: Kann dieses Angebot permanent offen sein ohne personelle Betreuung? Sandkasten: evtl. Abdeckung verbessern

BEREICH VERWEILEN

- **Feuerstelle:** evtl. anderen Ort suchen, zB. auf Wiese bei Jurte
- **Lounge:** Wetterfeste Bezüge für Sitzmatten kaufen
- **Mobiliar:** Pflege- und Reinigungsplan erstellen
- **Jurte:** Gibt es eine Kühlungsmöglichkeit bei grosser Hitze?

PROGRAMM / ANGEBOTE

- **Spielzeit am Mittwoch:** abklären, ob das nach den Krabbelmüsli am Morgen gefragt ist
- **Feierabendzeit am Freitag:** nur in Kombination mit einem Programm anbieten. Dieses Angebot als zentrales Angebot bewerben und etablieren als offenes und niederschwelliges Angebot, verknüpft mit einem attraktiven Programm (Konzerte, Lesungen, Openair-Cinema, Spiel & Wettkampf, ...)
- **Migrationsgemeinschaften:** den Jurtensommer als Plattform anpreisen, die sie bespielen können.

ORGANISATION

- **Verantwortlichkeiten:** Die Rolle der Hauptamtlichen, ihre Aufgaben und Zuständigkeiten werden in Absprache mit der Projektgruppe definiert.
- **Freiwillige:** Die Koordination der Freiwilligen wird geplant mit klaren Zuständigkeiten vor allem auch in der Ferienzeit.
- **Tagesverantwortung:** Überprüfung, ob Bestimmung eines Tagesverantwortlichen aus dem Team sinnvoll ist (vorhandenen Ressourcen auf viele Schultern verteilen, Klarheit über Ansprechperson)
- **Lagerhaltung Kulinarium:** s. oben