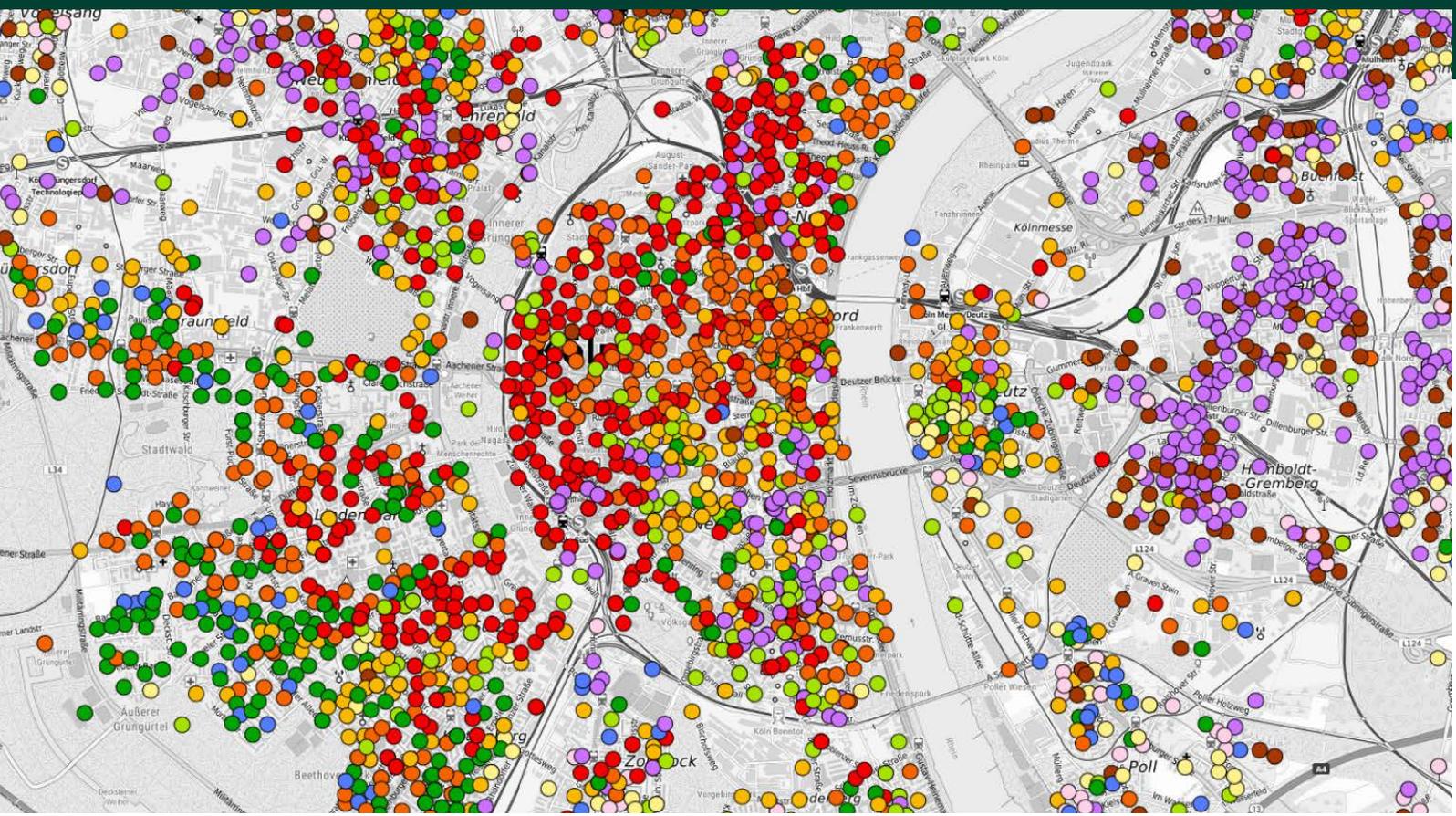




Erläuterungen zur Bistumskarte der Sinus-Milieus & Soziodemografischen Daten



Inhalt

Erläuterung zur Erhebung der Daten	3
Die Sinus-Milieus®	3
Sinus-Geo-Milieus®	3
Anwendungsmöglichkeiten	3
Erläuterung zur grafischen Darstellung	5
SINUS-Milieus.....	5
Soziodemografische Daten	8
Alterspyramide & Altersklassen	8
Lebensstand	9
Familienstand	11
Kinderhäufigkeit.....	12
Sozioökonomischer Status	13
Erläuterungen zu den Sinus-Milieus.....	14
Hintergrund zur Erstellung der Sinus-Milieus.....	14
Beschreibung der Milieus.....	16
Kontaktoptionen für Nachfragen und zur Beratung	17

Quellenhinweis zur auf Seite 1 verwendeten Karte:

Basiskarte: © Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2019, Datenquellen:
http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf

Erläuterung zur Erhebung der Daten

Die Sinus-Milieus[®] 1

Der soziokulturelle Wandel stellt uns als Kirche vor neue Herausforderungen. Entwicklungen in der aktuell sehr diversifizierten Gesellschaft führen zur Zergliederung von Gruppenstrukturen. Für uns als Kirche ergeben sich daraus in der Ansprache von Menschen zu Glaubensfragen neue Aufgaben- und Betätigungsfelder.

Es wird daher für die Erarbeitung von Angeboten immer wichtiger, die Menschen über die herkömmlichen soziodemografischen Merkmale hinaus zu klassifizieren. Mit den Sinus-Milieus[®] steht dazu ein Methodenansatz zur Verfügung, der auf den Lebenswelten und Lebensstilen der Menschen basiert und einen Einblick in die unterschiedlichen Wirklichkeiten ermöglicht. Hierdurch können wir Aktivitäten und Angebote zur Glaubensorientierung besser auf die jeweiligen Sozialräume ausrichten.

Sinus-Geo-Milieus[®] 2

Die Sinus-Geo-Milieus[®] sind eine lizenzierte Adaption der Sinus Milieus[®] und werden seit 1998 als Gemeinschaftsprodukt vom Sinus-Institut und Heidelberg und der microm Micromarketing-Systeme und Consult GmbH, Neuss, dem Markt zur Verfügung gestellt. Sie verknüpfen das auf dem Konzept der mikrogeografischen Marktsegmentierung basierende Datensystem der microm mit dem bewährten Zielgruppenmodell der Sinus-Milieus[®].

Die qualitativ-psychologisch basierten Sinus-Milieus[®] aus der soziokulturellen Forschung können auf die mikrogeografische Segmentierung übertragen werden. Damit werden die Möglichkeiten der mikrogeografischen Analyse erweitert und die Sinus-Milieus[®] auf diesem Wege für räumliche Planungen zugänglich gemacht. Die Sinus-Milieus[®] erhalten so über ihre generelle strategische Aussage hinaus einen lokalisierbaren und vielfältig anwendbaren Nutzen.

Anwendungsmöglichkeiten

Wie in der Pastoralkonstitution „Gaudium et Spes“ verbindlich formuliert, sind wir dazu aufgerufen, die Zeichen der Zeit zu erforschen und sie im Licht des

Evangeliums zu deuten. So kann das Evangeliums dann in den jeweiligen Generationen angemessen auf die sinnstiftenden Fragen der Menschen Antwort geben. Es gilt also, die Welt, in der wir leben, ihre Erwartungen, Bestrebungen und ihren oft dramatischen Charakter zu erfassen und zu verstehen.³

Dazu ist der aus Joseph Leon Kardinal Cardijns „Reflexion des Lebens im Lichte des Evangeliums“ hervorgegangene Pastoralpraktische Dreischritt von „Sehen – Urteilen – Handeln“ hilfreich und Zielführend.

Mit den vorliegenden Daten können sich neue Wege in den Seelsorgebereichen (SB) erschließen. Kirchliche Angebote können zielgerichtet auf die unterschiedlichen Lebenswelten in den Sozialräumen des SB angelegt werden, indem die entsprechenden Lebenswirklichkeiten der im SB wohnenden Menschen über die Sinus-Geo-Milieus[®] analysiert und identifiziert werden.

Neben den Aussagen zu grundlegenden Wertorientierungen und den Analysen zu Alltagseinstellungen in Bezug auf Arbeit, Familie, Freizeit, Geld oder Konsum, bieten die Informationen einen zusätzlichen Einblick in soziodemographische Informationen wie Altersstruktur, Lebensphasen, Familienstruktur und Kinderanteil sowie Sozioökonomischen Status.

Dies ermöglicht einen differenzierteren Blick auf die Gebiete des SB und hilft bei der Entscheidung und Entwicklung von pastoralen Konzepten. Je nach Bedarf und Zusammensetzung der Milieus, Altersstruktur, Lebensphasen, Familienstruktur und Kinderanteile sowie Sozioökonomischen Status können Angebote entwickelt und umgesetzt werden.

¹ Microm, Micromarketing-Systeme und Consult GmbH, DAS DATENHANDBUCH 2019, Neuss

² Ebd.

³ GS, Absatz 4, Hoffnung und Angst

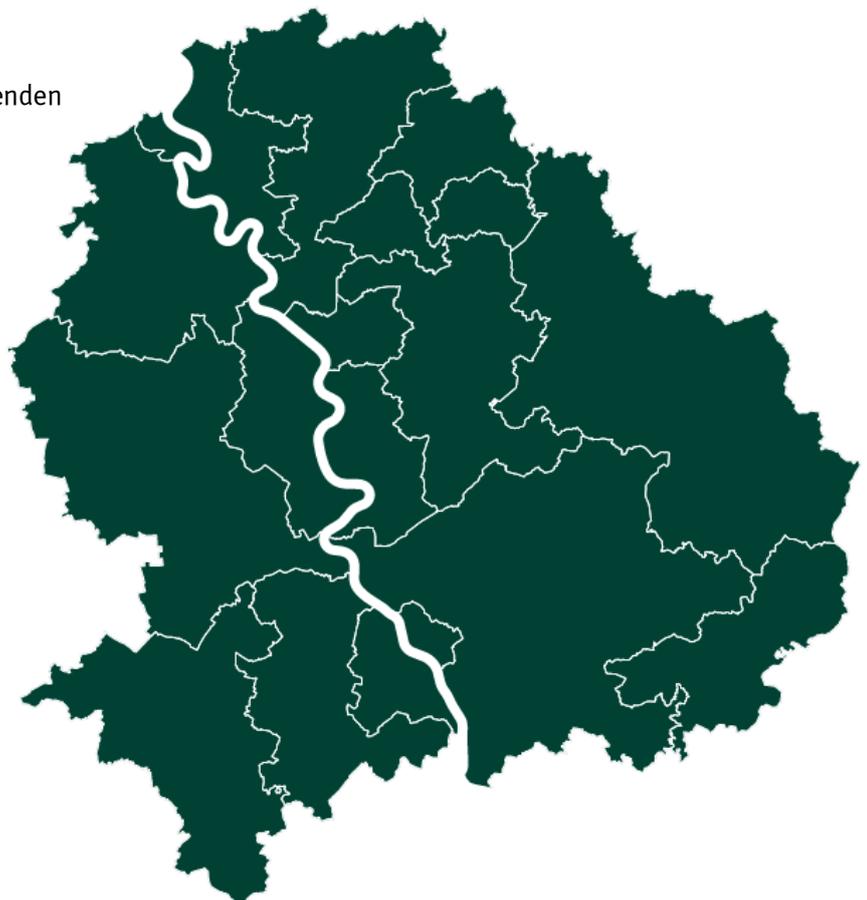
Aus den Übersichtskarten ist z.B. zu ersehen, wie sich Singles, Paare oder Familien im Raum verteilen und Menschen mit unterschiedlichen Lebensphasen Ortsteile prägen. Dies in Kombination mit der Altersverteilung oder dem sozialen Status ermöglicht es unterschiedliche Fragen zu beantworten, wie z.B.:

- Wie ist das Verhältnis von Familien zu Alleinstehenden oder Senioren?
- Wie werden die Lebensräume durch die Milieus, Altersgruppen und Lebensphasen geprägt?
- Welche Ansätze ergeben sich daraus für das pastorale Angebot?
- Wo können/sollten welche pastoralen Themen im SB verortet werden?
- Welche Arten von Orten kirchlichen Glaubens oder Lebens sprechen die Menschen vor Ort an?
- Macht es bei zukünftiger Ressourcenverknappung Sinn, in Kleinstorten, Orte des kirchlichen Glaubens und Lebens zu entwickeln? Oder ist eine Konzentration auf zentrale Punkte sinnvoller?

Bei der Beantwortung dieser Fragen ist es immer auch notwendig, Kenntnisse zu den Orten und den möglichen Entwicklungen aus der Kommunalen Planung mit einzubeziehen. So lassen sich dann pastorale Konzepte erstellen, die über die vorliegenden Analysen eine fundierte Ausrichtung der Angebote für die dort lebenden Menschen und deren Bedürfnisse ermöglichen.

Für folgende beispielhaften Aufgabenstellungen können die Daten relevant und bei der Entwicklung von Veränderungsprozessen hilfreich sein:

- Entwicklung von bestehenden und/oder neuen Pastoralen Angeboten, z.B. mittels der Milieus und über die Auswertung zu den Lebensphasen oder Altersstruktur
- Planung und Steuerung von Kindertagesstätten und Familienzentren, z.B. die Auswertung zu den Lebensphasen und der Kinderhäufigkeit
- Entwicklungsprozesse für die KÖB, z.B. über die Altersstruktur und den sozioökonomischen Status
- Entscheidungsprozesse für Baulich Maßnahmen im SB, wie: Pfarrheime, Jugendzentren oder Zentralisierung von Pfarrbüros z.B. mittels der Milieus und Einwohner- sowie der Altersstruktur und Lebensphasen.
- Personalplanungsprozesse im SB, z.B. über die Einwohner- und Altersstruktur sowie Lebensphasen, Kinderhäufigkeit und sozioökonomische Status



Das Dominante microm Geo Milieu® wird wie folgt berechnet: Zur Berechnung wird auf Basis der Milieuwahrscheinlichkeiten zunächst ein Index berechnet. Dazu wird die Milieuwahrscheinlichkeit der betrachteten Ebene mit der eines Referenzgebietes verglichen. Da die Milieuwahrscheinlichkeiten räumlich stark variieren wird jede Gemeinde einer der drei siedlungsstrukturellen Regionsgrundtypen⁵ „Agglomerationsräume“, „Verstädterte Räume“ oder „Ländliche Räume“ zugeordnet. Zusammen mit dem Referenzgebiet „Deutschland“ werden insgesamt also vier unterschiedliche Referenzgebiete herangezogen. Das Milieu, das dann im Vergleich zum Referenzgebiet den größten Index aufweist, wird als Dominantes microm Geo Milieu® ausgewiesen. Zusätzlich wird darauf geachtet, dass in einer Gemeinde die Milieuverteilung des Dominanten Sinus-Geo-Milieus® der Verteilung auf Basis der Milieuwahrscheinlichkeiten entspricht.



⁵ Quelle: Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung

Kuchendiagramm Sinus-Milieus

Das Kuchendiagramm stellt in einer Grafik zwei Ebenen der Betrachtung dar:

1. Verteilung des Milieus im Gebiet (Fläche und Werte im Ring)
2. Abweichung der Werte des Milieus im Gebiet vom Bundesdurchschnitt (Zahlenwerte außerhalb des Rings)

Zu 1: Verteilung des Milieus im Gebiet

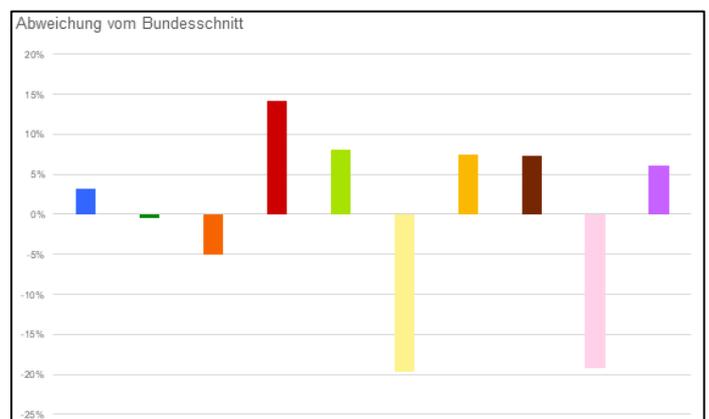
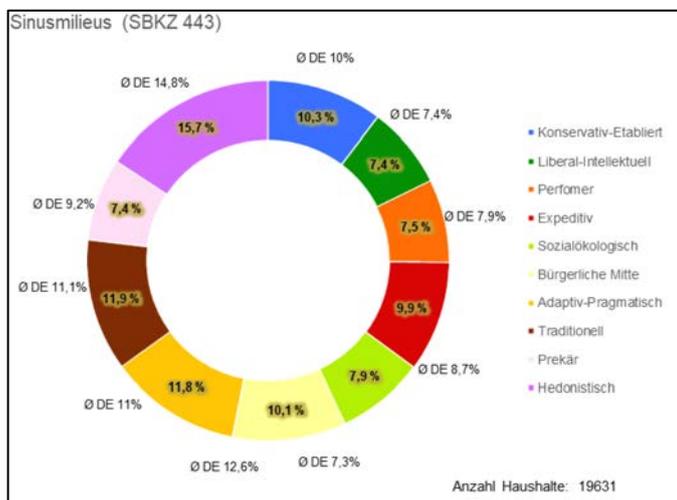
Wie in einem gewohnten Kuchendiagramm wird über die Breite des Kuchenausschnitts der Prozentuale Anteil des Milieus in dem definierten Gebiet dargestellt. Dabei kann es vorkommen, dass durch Rundungsfehler die Summe der genannten Prozentwerte nicht genau 100% ergibt. Der Prozentwert je Segment wird in der Fläche des Kuchenanteils angegeben.

Zu 2: Abweichung der Werte des Milieus im Gebiet vom Bundesdurchschnitt

Außerhalb der Kuchenabschnitte wird der bundesweite Durchschnitt angegeben. So können Sie direkt die Werte Ihres SB mit den Werten auf Bundesebene vergleichen. Diese relativen Abweichungen zwischen Ihrem SB und dem Bundesdurchschnitt finden Sie als gesonderte Darstellung in einem Balkendiagramm dargestellt.

Die Abweichung bezeichnet dabei die Relation des betreffenden Milieus des angegebenen Gebietes im Vergleich zu dem Anteil dieses Milieus an allen Haushalten in Deutschland. Positive Werte bezeichnen also eine überdurchschnittliche Präsenz dieses Milieus in einem Gebiet, negative Werte eine unterdurchschnittliche Präsenz. Je größer die Abweichungen, desto dominanter ist dieses Milieus in Relation zum Bundesdurchschnitt in diesem Gebiet.

Neben der Darstellung für das jeweilige Gebiet finden Sie eine Darstellung der beschriebenen Werte in Bezug auf das zugehörige Stadt- oder Kreisdekanat (SKD). Damit erhalten Sie die Option, Ihren SB sowohl in Relation zum Bundesgebiet als auch zum SKD zu vergleichen und mögliche Abweichungen zu ermitteln. Auch hier wird außerhalb des Ringes jeweils der bundesweite Durchschnitt angegeben.

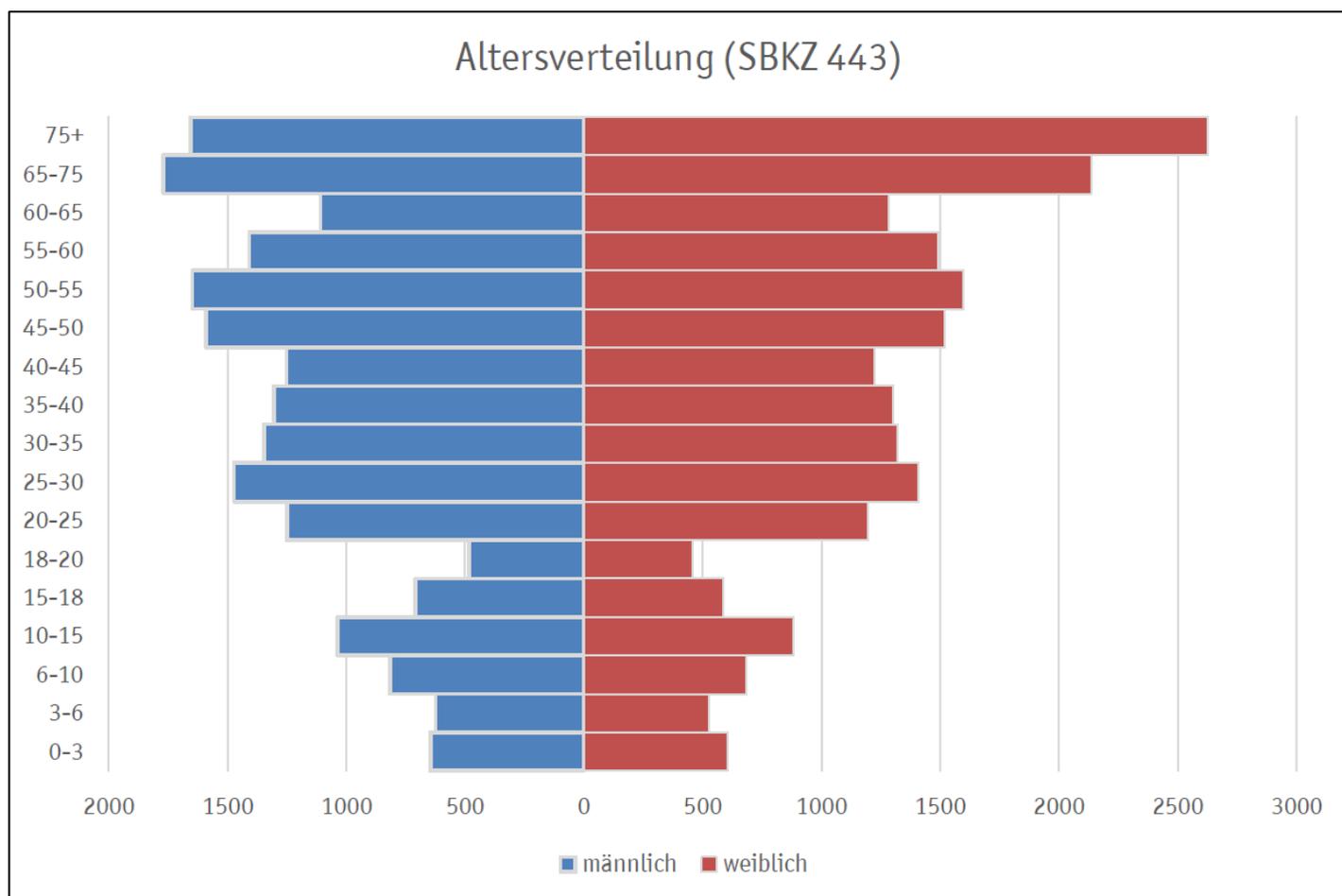


Soziodemografische Daten

Soziodemografische Daten eignen sich dazu, die Bevölkerung in ihrer Gesamtheit abzudecken. Sie können einfach und standardisiert erhoben werden, weshalb sie oftmals als Fundament für eine valide Marktsegmentierung und Zielgruppenbestimmung herangezogen werden.⁶

Alterspyramide & Altersklassen

Die Angaben zur Altersstruktur basieren auf Daten des Statistischen Bundesamtes. Es wird die Anzahl der Einwohner pro Gebietsebene ausgewiesen.⁷



⁶ Microm, Micromarketing-Systeme und Consult GmbH, DAS DATENHANDBUCH 2019, Neuss

⁷ Ebd.

Lebensstand ⁸

**Das Leben eines Menschen ist dynamisch:
Mit der Zeit verändern sich die Lebensumstände
sowohl beruflich als auch privat. Die Prioritäten und
Bedürfnisse können sich in den unterschiedlichen
Phasen verändern und der Lebenssituation anpassen.**

**Die Segmentierung nach den aktuellen Lebens-
ständen oder -Phasen bietet die Chance, veränderte
Bedürfnisse zu identifizieren und aktiv auf sie
einzugehen. Auf diese Weise können abgestimmte
Angebote für die unterschiedlichen Lebensstände
erstellt werden.**

Die Lebensstände/-Phasen können für die einzelnen SB
sowohl über die Karte, als auch über ein Kuchendiagramm
analysiert werden.

Die Verteilung der Lebensphasen in Deutschland

microm Lebensphasen



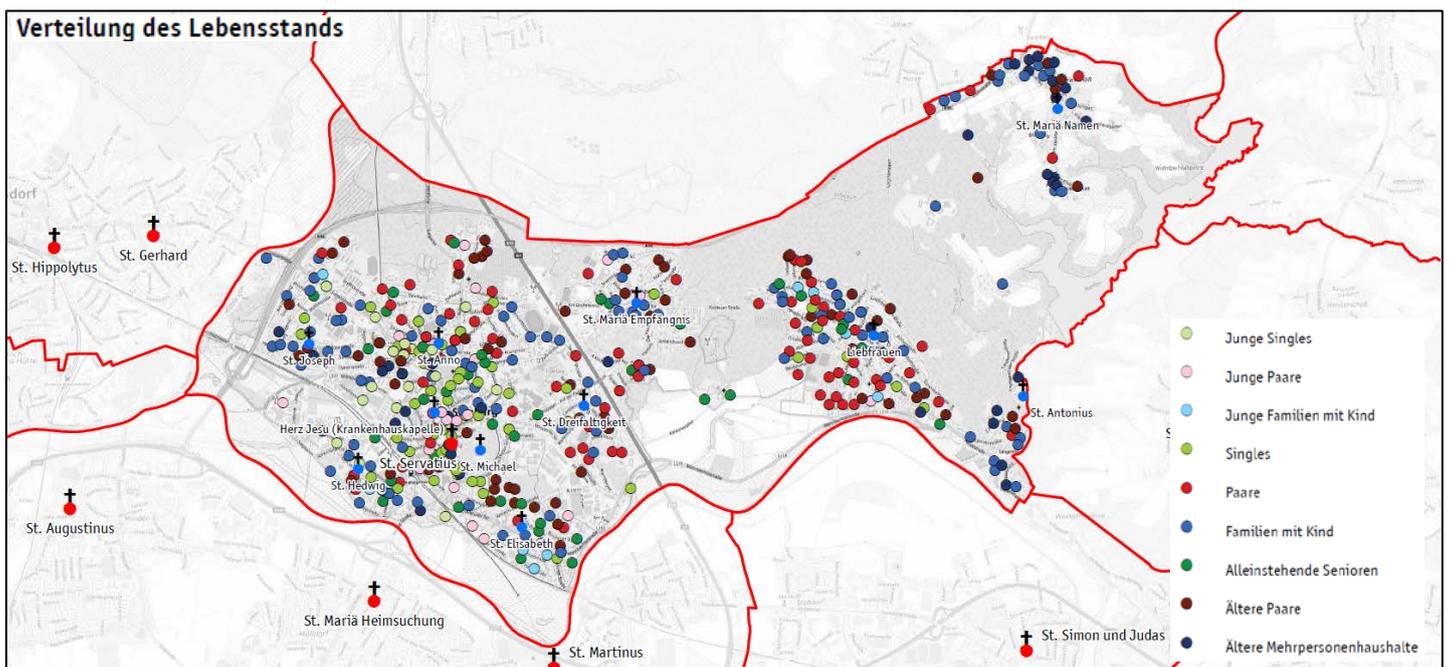
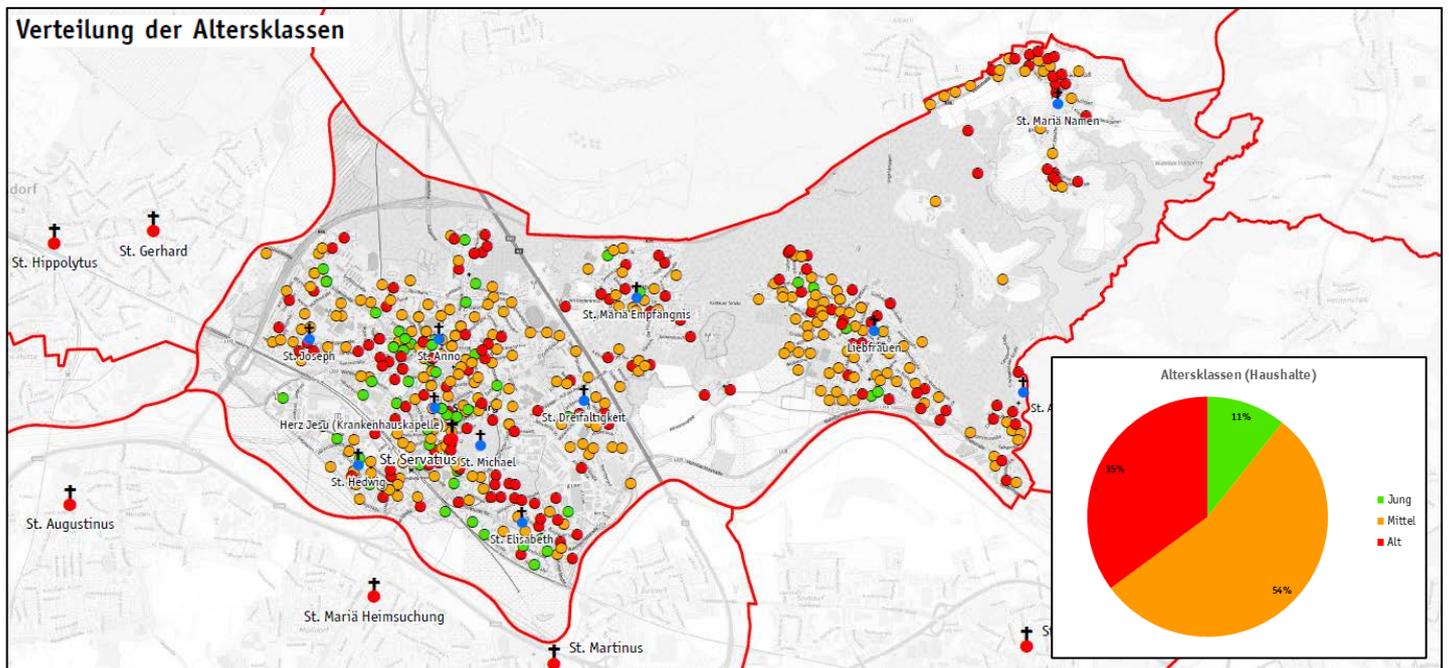
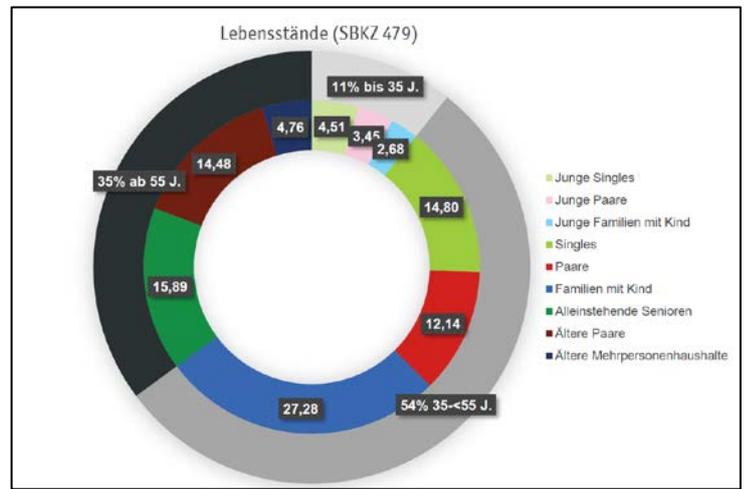
⁸ Microm, Micromarketing-Systeme und Consult GmbH,
DAS DATENHANDBUCH 2019, Neuss

Kuchendiagramm

In dem Kuchendiagramm werden die unterschiedlichen Lebensstände im inneren Ring detailliert aufgeschlüsselt. Der äußere Ring bildet die jeweiligen Klammern für die Segmente und ermöglicht es, den SB in unterschiedlichem Detaillierungsgrad zu betrachten.

Karte

In der Karte ist die Verteilung, der für die im betroffenen Gebiet lebenden Menschen ermittelten Lebensstände abgebildet. Hierüber lassen sich Aussagen zu möglichen Häufungen von bestimmten Lebensstände in den jeweiligen Wohngebieten ableiten.



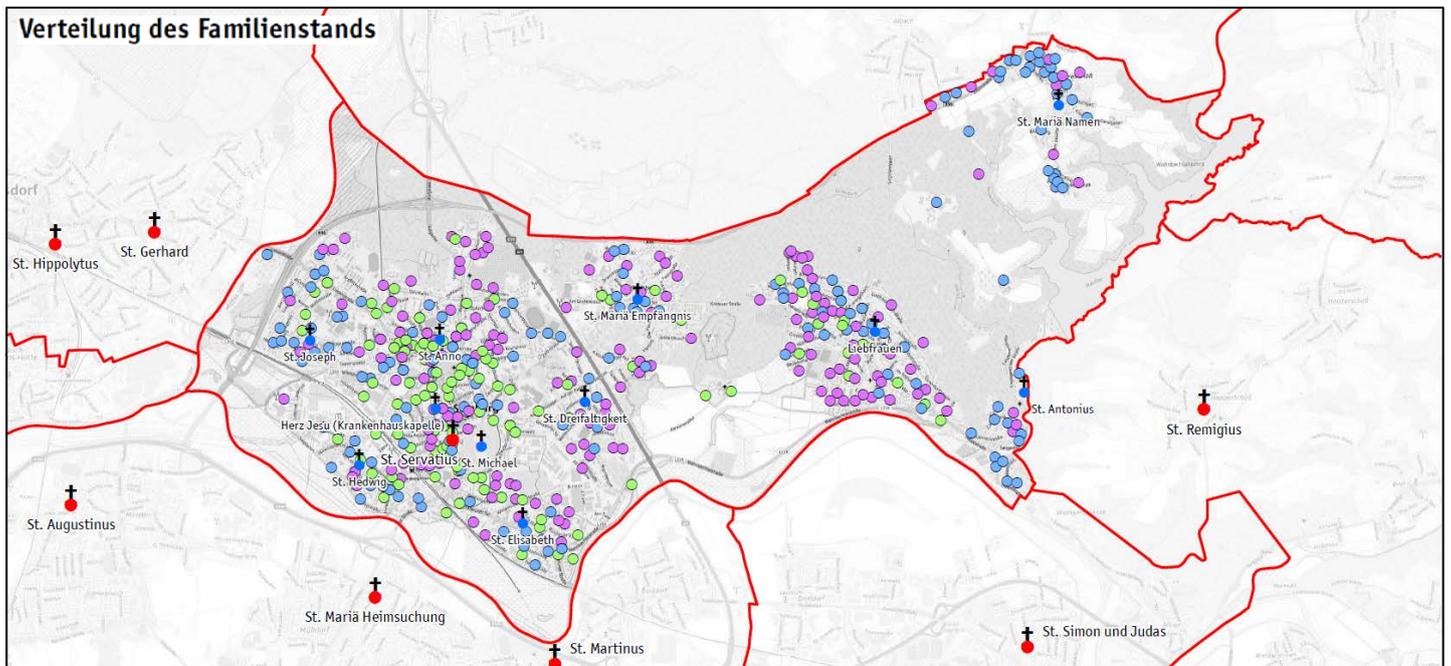
Basiskarte: © Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2019, Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf

Familienstand

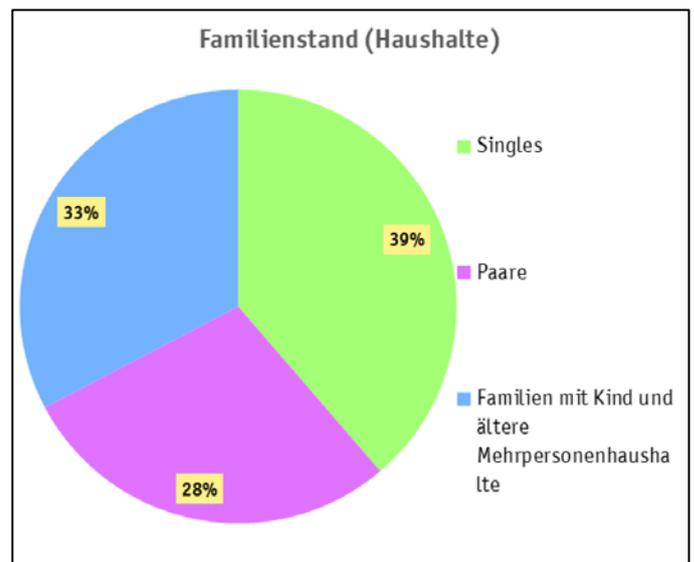
Die Bevölkerungszahlen werden auf Basis von offiziellen Statistiken in Form von Durchschnittswerten auf das laufende Jahr projiziert.⁹

(Definition siehe: Lebensstand, Seite 9)

Der Familienstand kann für die einzelnen SB sowohl über die Karte, als auch über ein Kuchendiagramm analysiert werden.



Basiskarte: © Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2019, Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf



⁹ Microm, Micromarketing-Systeme und Consult GmbH, DAS DATENHANDBUCH 2019, Neuss

Kinderhäufigkeit

Die Bevölkerungszahlen werden auf Basis von offiziellen Statistiken in Form von Durchschnittswerten auf das laufende Jahr projiziert.¹⁰

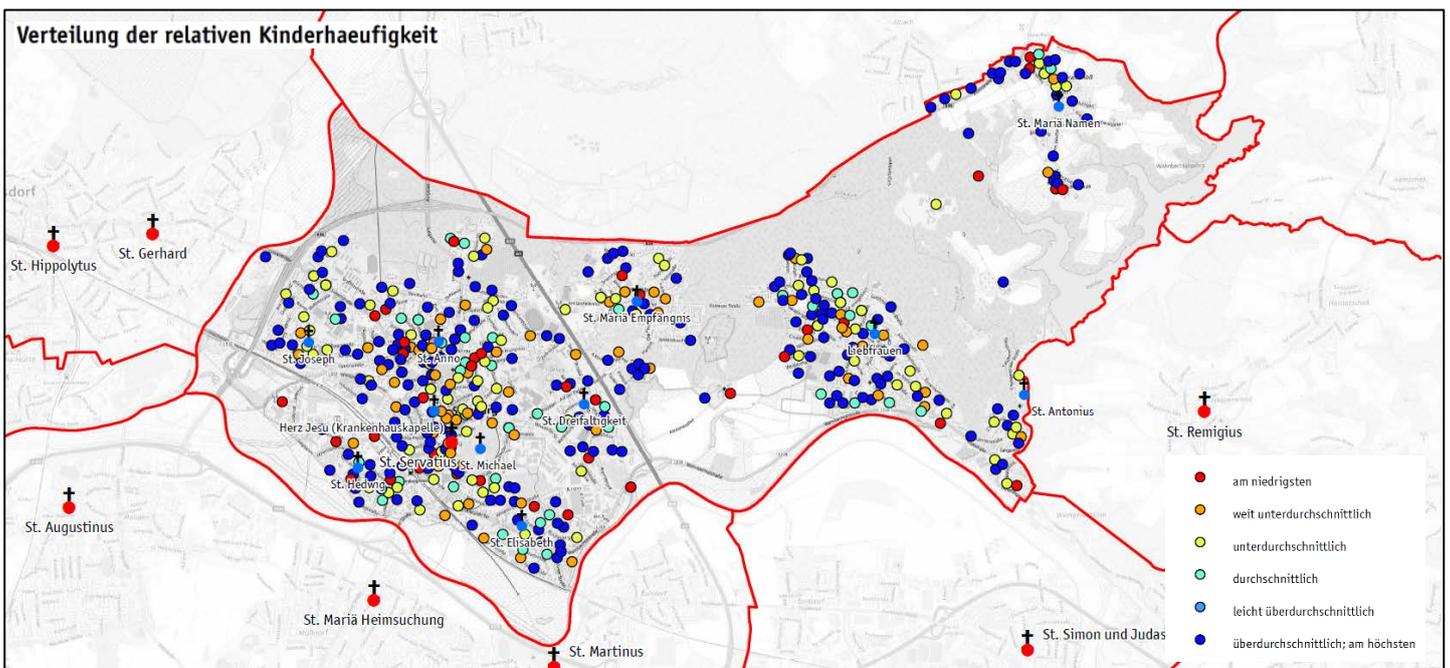
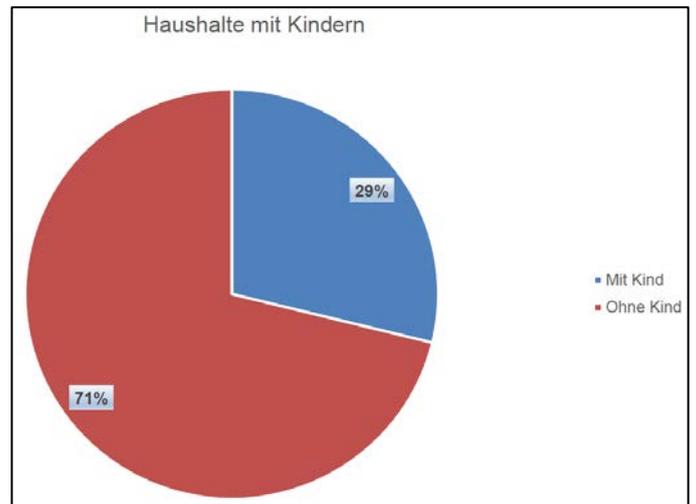
Die Kinderhäufigkeit kann für die einzelnen SB sowohl über die Karte, als auch über ein Kuchendiagramm analysiert werden.

Kuchendiagramm

In dem Kuchendiagramm werden die unterschiedlichen Kinderhäufigkeiten aufgeschlüsselt.

Karte

In der Karte ist die Verteilung, der für die im betroffenen Gebiet lebenden Menschen ermittelten Kinderhäufigkeiten abgebildet. Hierüber lassen sich Aussagen zu möglichen Häufungen von kinderreichen oder kinderarmen Regionen ableiten.

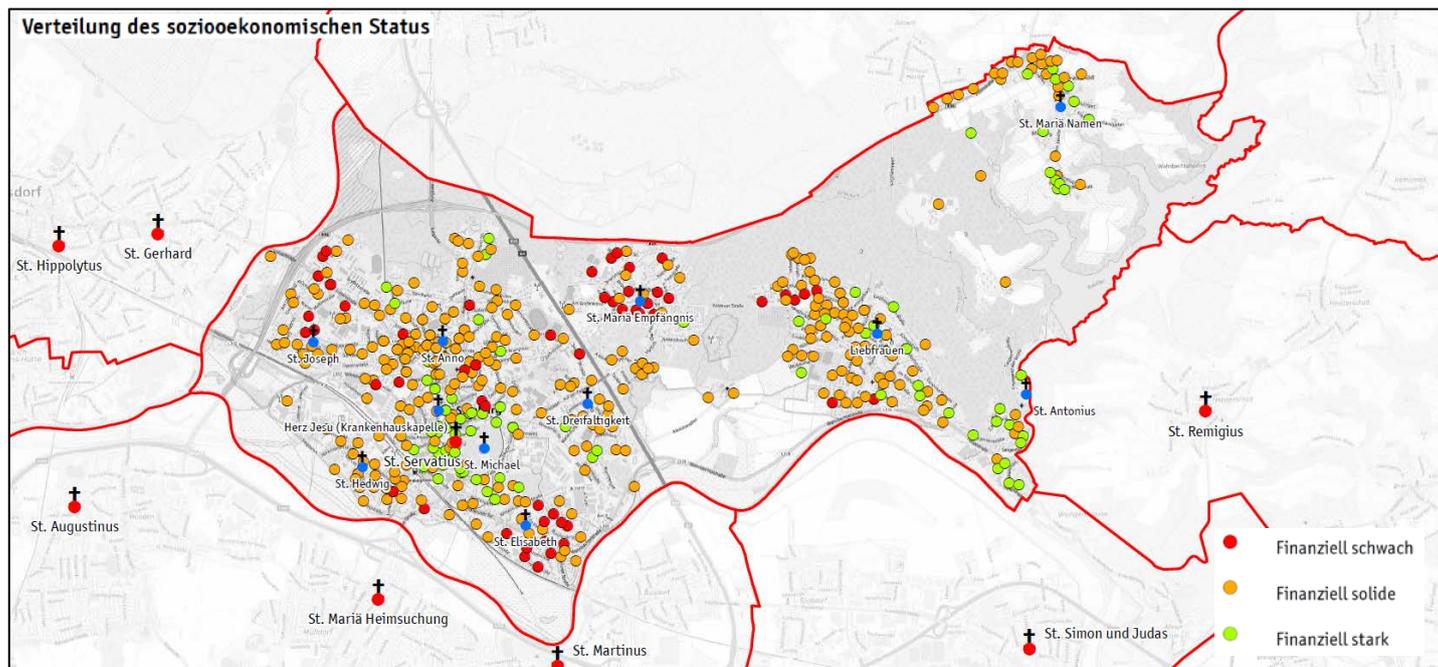


Basiskarte: © Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2019, Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf

¹⁰ Microm, Micromarketing-Systeme und Consult GmbH, DAS DATENHANDBUCH 2019, Neuss

Sozioökonomischer Status¹¹

Der Status ermöglicht eine Einordnung von Haushalten nach Bildung und Einkommen. Informationsbasis hierzu sind hauptsächlich Berufsangaben und akademische Titel der Telefonteilnehmer bundesweit und die akademischen Titel aus der über 32 Mio. Datensätze umfassenden Datei des Verbandes der Vereine Creditreform. Gleichzeitig werden hier auch die Adressen von Führungskräften der Wirtschaft des Verbandes der Vereine Creditreform in Betracht gezogen.



¹¹ Microm, Micromarketing-Systeme und Consult GmbH, Neuss

Erläuterungen zu den Sinus-Milieus

Hintergrund zur Erstellung der Sinus-Milieus¹²

Die Sinus-Milieus® sind das Ergebnis von mehr als drei Jahrzehnten sozialwissenschaftlicher Forschung. Die Zielgruppenbestimmung von Sinus orientiert sich an der Lebensweltanalyse unserer Gesellschaft. Die Sinus-Milieus® fassen Menschen zusammen, die sich in Lebensauffassung und Lebensweise ähneln. Grundlegende Wertorientierungen gehen dabei ebenso in die Analyse ein wie Alltagseinstellungen zur Arbeit, zur Familie, zur Freizeit, zu Geld und Konsum. Sie rücken also den Menschen und das gesamte Bezugssystem seiner Lebenswelt ganzheitlich ins Blickfeld. Sie bieten deshalb Entscheidungshilfen als herkömmliche Zielgruppenansätze.

Im Rahmen der Milieuforschung werden alle wichtigen Erlebnisbereiche erfasst, mit denen eine Person täglich zu tun hat (Arbeit, Freizeit, Familie, Konsum etc.).

Ein zentrales Ergebnis dieser Forschung besteht darin, dass empirisch ermittelte Wertprioritäten und Lebensstile zu einer Basis-Typologie, den Sinus-Milieus®, verdichtet werden. Dem Wertewandel in unserer Gesellschaft folgend wurde das Sinus-Milieu-Modell im Jahr 2010 komplett überarbeitet. Der Entwicklung der Bevölkerung wird durch die jährliche Anpassung der Bevölkerungsanteile Rechnung getragen.

Die Sinus-Milieus® werden seit über 30 Jahren von führenden Markenartikel-Herstellern und Dienstleistungsunternehmen erfolgreich genutzt. Große Medienunternehmen arbeiten damit genauso wie Werbeagenturen und Bereiche des öffentlichen Sektors und der Kirchen.

Die Grenzen zwischen den Milieus sind fließend. Es liegt in der Natur der sozialen Wirklichkeit, dass Lebenswelten nicht so (scheinbar) exakt – etwa nach Einkommen oder Schulabschluss – eingrenzbar sind wie soziale Schichten. Sinus nennt das die „Unschärferelation der Alltagswirklichkeit“. Dabei handelt es sich um einen grundlegenden Bestandteil des Milieu-Konzepts: Zwischen den verschiedenen Milieus gibt es Berührungspunkte und Übergänge.

Diese Überlappungspotenziale sowie die Position der Milieus in der deutschen Gesellschaft nach sozialer Lage und Grundorientierung lassen sich anhand der folgenden Grafik veranschaulichen: Je höher das entsprechende Milieu in dieser Grafik angesiedelt ist, desto gehobener sind Bildung, Einkommen und Berufsgruppe; je weiter es sich nach rechts erstreckt, desto höher ist die Individualisierung und Neuorientierung des jeweiligen Milieus ausgeprägt.

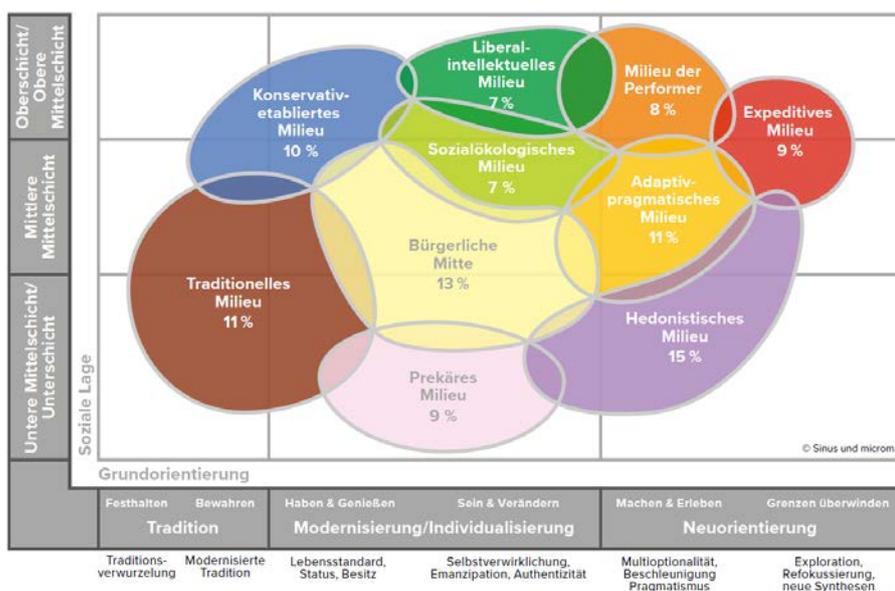


Abb.: Die Abbildung beschreibt die Positionierung der Milieus auf den Dimensionen „Soziale Lage“ und „Grundorientierung“. Sie beinhaltet ebenfalls die prozentuale Verteilung der Milieus innerhalb der gesamtdeutschen Bevölkerung, die sich auch in den Variablen der Sinus-Geo-Milieus® widerspiegelt.

¹² Microm, Micromarketing-Systeme und Consult GmbH, DAS DATENHANDBUCH 2019, Neuss

Die Informationen zur Erstellung der microm Datenbank liegen anonymisiert vor und werden von mehreren Quellen bezogen, wie zum Beispiel vom Verband der Vereine Creditreform und öffentlichen Behörden. Diese Informationen liegen grundsätzlich für sämtliche rund 41 Mio. Haushalte Deutschlands vor und werden für die rund 20,5 Mio. Häuser ausgewiesen. Für die Analyse werden aus Gründen des Datenschutzes mehrere zu einem Wohnumfeld gehörende Häuser zu einem virtuellen mikrogeografischen Segment – der sog. Microzelle – gebündelt, die mindestens vier, durchschnittlich sechs Haushalte umfasst. Dabei erfolgt eine virtuelle Begehung der Straßen.

Zunächst werden die Häuser danach geprüft, ob mindestens vier Haushalte darin vorkommen. Große Häuser bilden also eigene Microzellen. Wo dies nicht gegeben ist, werden in jeder Straße vergleichbare Häuser zu Microzellen zusammengefasst, in denen zusammen mindestens vier Haushalte vorkommen. Diese Häuser müssen nicht benachbart sein, sie weisen aber größtmögliche räumliche Nähe sowie Strukturgleichheit auf. Gleichzeitig werden die Einzeldaten zu aussagefähigen Strukturindikatoren für die Microzellen verdichtet, und die Information wieder pro Haus als Datei aufbereitet.

Durch die Zusammenarbeit mit dem Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW, www.diw.de) ist microm zudem in der Lage, eigene mikrogeografische Daten mit denen des Sozioökonomischen Panels (SOEP) zu verknüpfen. Das SOEP ist eine seit 1984 laufende, sich jährlich wiederholende Befragung von Deutschen, Ausländern und Zuwanderern in allen Bundesländern, die knapp 12.000 Haushalte umfasst. Themenschwerpunkte sind unter anderem Haushaltszusammensetzung, Einkommensverläufe, Gesundheit und Lebenszufriedenheit. Die Zusammenarbeit mit dem DIW ermöglicht microm eine noch bessere inhaltliche Beschreibung sowie Validierung der kleinräumigen microm Daten.

Insgesamt fließen weit über eine Milliarde Einzelinformationen in die Datenerstellung ein.

Beschreibung der Milieus¹³

Kurzcharakteristik der Milieus

Sozial gehobene Milieus

Konservativ-etabliertes Milieu 10%

Das klassische Establishment: Verantwortungs- und Erfolgsethik; Exklusivitäts- und Führungsansprüche; Standesbewusstsein, „Entre-nous“-Abgrenzung.

Liberal-intellektuelles Milieu 7%

Die aufgeklärte Bildungselite: Liberale Grundhaltung und postmaterielle Wurzeln; Wunsch nach selbstbestimmtem Leben, vielfältige intellektuelle Interessen.

Milieu der Performer 8%

Die multi-optionale, effizienzorientierte Leistungselite: Global-ökonomisches Denken; Konsum- und Stil-Avantgarde; hohe IT- und Multimedia-Kompetenz.

Expeditives Milieu 9%

Die ambitionierte kreative Avantgarde: Mental und geografisch mobil, online und offline vernetzt und auf der Suche nach neuen Grenzen und neuen Lösungen.

Milieus der Mitte

Bürgerliche Mitte 13%

Der leistungs- und anpassungsbereite bürgerliche Mainstream: Generelle Bejahung der gesellschaftlichen Ordnung; Wunsch nach beruflicher und sozialer Etablierung, nach gesicherten und harmonischen Verhältnissen.

Adaptiv-pragmatisches Milieu 11%

Die moderne junge Mitte unserer Gesellschaft mit ausgeprägtem Lebenspragmatismus und Nutzenkalkül: Zielstrebig und kompromissbereit, hedonistisch und konventionell, flexibel und sicherheitsorientiert; starkes Bedürfnis nach Verankerung und Zugehörigkeit.

Sozialökologisches Milieu 7%

Konsumkritisches / -bewusstes Milieu mit normativen Vorstellungen vom „richtigen“ Leben: Ausgeprägtes ökologisches und soziales Gewissen; Globalisierungs-Skeptiker, Bannerträger von Political Correctness und Diversity.

Milieus der unteren Mitte / Unterschicht

Traditionelles Milieu 11%

Die Sicherheit und Ordnung liebende Kriegs-/Nachkriegsgeneration: Verhaftet in der alten kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen Arbeiterkultur; Sparsamkeit, Konformität und Anpassung an die Notwendigkeiten.

Prekäres Milieu 9%

Die um Orientierung und Teilhabe bemühte Unterschicht mit starken Zukunftsängsten und Ressentiments: Häufung sozialer Benachteiligungen, geringe Aufstiegsperspektiven, reaktive Grundhaltung; bemüht, Anschluss zu halten an die Konsumstandards der breiten Mitte.

¹³ Microm, Micromarketing-Systeme und Consult GmbH, DAS DATENHANDBUCH 2019, Neuss

Kontaktoptionen für Nachfragen und zur Beratung

Generalvikariat des Erzbistum Köln
Hauptabteilung Seelsorgebereiche

Marzellenstr. 32
50668 Köln

Ansprechpartner:

- **Ronald Brings**, Referent
Abteilung Pastoral im Seelsorgebereich
Referat Regionale Fachberatung
Telefon 0221-1642-1061
E-Mail ronald.brings@erzbistum-koeln.de
- **Nils Siepmann**, Referent
Abteilung Gemeindeverbände,
Rendanturen und Service Kirchengemeinden
Telefon 0221-1642-1089
E-Mail nils.siepmann@erzbistum-koeln.de
- **Alexander Walek**, Referent
Abteilung Pastoral im Seelsorgebereich
Referat Regionale Fachberatung
Telefon 0221-1642-1051
E-Mail alexander.walek@erzbistum-koeln.de