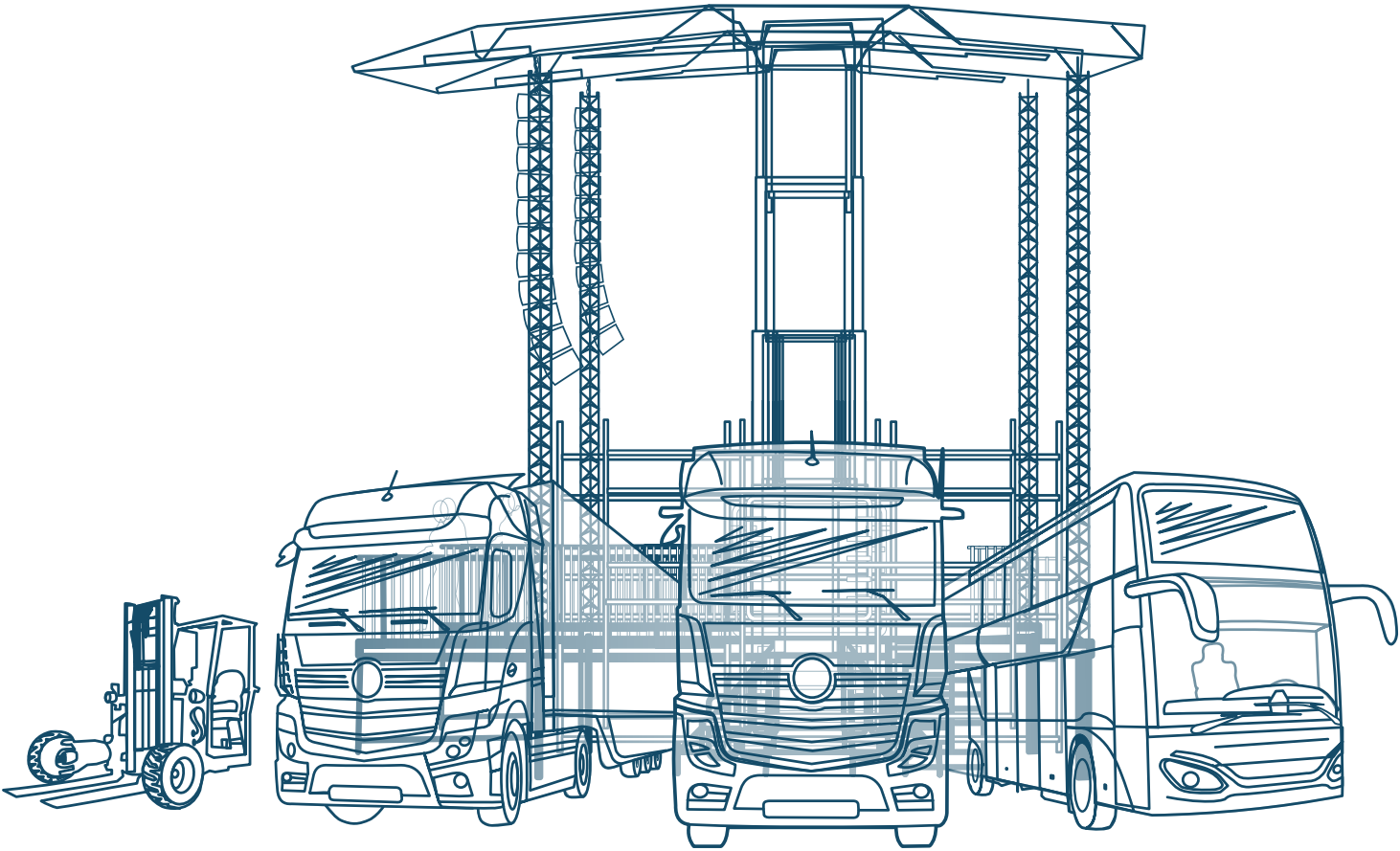




# SOULTRUCK



WENN GOTT IN DEINE STADT KOMMT







# VISION

CATHEDRAL

SOULTRUCK

KÖLNER DOM '23  
FULDAER DOM '24

...

MORE TO COME

RONCALLIPLATZ KÖLN  
'15, '16, '17, '18

HAUPTWACHE FRANKFURT  
'17, '18

DOMPLATZ FULDA  
'19

...

MORE TO COME

"KOENIGE & PRIESTER" 2023 im Kölner Dom



Videos - Einblick in unsere bisherige Arbeit in Köln, Frankfurt & Fulda

## Vorwort: Was ist der SOULTRUCK?

Immer mehr Menschen bleiben der Kirche fern. Das gilt insbesondere für die beiden großen Kirchen in Deutschland.

Und was tun, wenn Menschen nicht mehr zur Kirche kommen? Ganz einfach: Dann muss Kirche eben zu ihnen kommen - **WENN GOTT IN DEINE STADT KOMMT!**

Die Idee hinter dem SOULTRUCK ist so einfach wie genial. In jedem Jahr soll er besonders in den Sommermonaten durch deutsche Städte touren, damit Menschen die Chance bekommen, Kirche auf eine neue und erfrischende Weise kennenzulernen, Gott durch Musik, Predigt und persönliches Gespräch zu erfahren und bei Bedarf den eigenen Platz in der Kirche und der Nachfolge zu finden. Zudem bietet er als positiven ‚Side Effect‘ jungen und bewährten Künstlern der christlichen Szene eine Plattform zur Darbietung ihrer Kunst.

Neben einem ausgefeilten Bühnenprogramm, gestaltet durch professionelle Creative Directors, Musiker, Sprecher und Künstler aller Genres - von Poetry Artists, über Hip-Hop Tänzer und Schauspieler bis hin zu Pantomime-Künstlern - sowie einem Team aus Sound-, Licht- und Effekttechnikern, gibt es rund um den SOULTRUCK ein buntes Rahmenprogramm. Leckeres Streetfood, ein ‚KIDS-Paradies‘ mit Spielgeräten und Bühne für die Kleinsten, ein Handcraft-Market für die alternative Szene in der Stadt oder eine Kunstaussstellung mit christlichem Background - All das und noch viel mehr ist möglich und je nach Location individuell zu planen. Eine ‚Kirchenmeile‘, auf der sich die Pfarreien und Gemeinden einer Stadt sowie Partnerwerke und Künstler präsentieren können, runden das Angebot ab und sorgen dafür, dass die Begegnung mit dem SOULTRUCK nicht zu einem einmaligen Happening wird.

Das Ziel des SOULTRUCKS ist dabei ein dreifaches:

1. Kirche soll in der öffentlichen Wahrnehmung ein freundliches Gesicht bekommen und als authentisch wahrgenommen werden. Dies geschieht insbesondere in der Begegnung mit authentischen Christinnen und Christen und ihren eigenen Lebensgeschichten. Ebenso ist der ‚Überraschungseffekt‘ à la ‚Und so kann Kirche auch sein?‘ ein Gamechanger in der Wahrnehmung von Glaube und Kirche.
2. Durch diesen positiven Erstkontakt entstehen ein gewisses Vertrauen und eine Öffnung der Menschen, die vielleicht von Kirche enttäuscht sind, so dass sie sich auf Glaube und Kirche ein Stück weit einlassen können. Menschen sollen Möglichkeiten aufgezeigt bekommen, ihrer Sehnsucht nach Halt, nach einem sinnerfüllten Leben, nach einer erfüllenden Gemeinschaft, nach Kraft und Stärkung nachgehen zu können. Diese Sehnsucht ist nach wie vor groß, wie es beispielsweise der jährliche Umsatz des Esoterikmarktes in Deutschland von 15-20 Mrd. Euro deutlich zeigt. Wir wollen dafür sorgen, dass insbesondere die Kirche wieder stärker als der Ort wahrgenommen wird, wo diese im Menschen angelegte Sehnsucht erfüllt werden kann.
3. Die tragende Beziehung zu Jesus und das Leben in der Nachfolge sollen gefördert werden, zum einen durch die Events selbst, dann aber auch durch nachhaltige Angebote in den kirchlichen Gemeinden und Einrichtungen vor Ort. Ein Team aus Seelsorgerinnen und Seelsorgern sorgt dafür, für jeden das passende Angebot oder den passenden Ort zu finden.

**Thomas Enns, K&P**



**Jonathan Enns, K&P**



**Björn Hirsch, Bistum Fulda**



## Wie alles begann

Bereits 2007 haben Jonathan und Thomas Enns damit begonnen, B.A.S.E. Jugendgottesdienste in Köln zu organisieren. Diese sind schnell gewachsen und wurden zu echten ‚Leuchtfeuern‘ in der christlichen Szene. 2012 ging Björn Hirsch als Theologie-Student an einem Sonntagabend spontan ins E-Werk Köln und war völlig überrascht, als er eine riesige Schlange vor der Halle sah. War er hier wirklich bei einem Gottesdienst oder hatte er den Veranstaltungskalender falsch gelesen? Am Ende füllten über 2000 meist junge Menschen die Halle, in der sich sonst Größen aus Pop und Rock die Ehre geben.

Diese Eindrücke beschäftigten Björn Hirsch noch viele Jahre. Nach dem Studium und der Ausbildung zum Pastoralreferenten im Bistum Fulda hörte er als Referent der Citypastoral Fulda von einem Treffen in Frankfurt. Neben Köln sollten fortan nun B.A.S.E.-Gottesdienste in der Stadt am Main stattfinden. Also nahm er zusammen mit zwei jungen Damen an diesem Treffen teil. Dabei war es Björn von Beginn an ein Anliegen, B.A.S.E. auch nach Fulda zu holen. Schließlich hatte er gerade das überkonfessionelle Netzwerk ‚All for One‘ gegründet und suchte nach einem geeigneten Format für einen Jugendgottesdienst auf Stadtebene. Als er Thomas von seiner Vision erzählte, sagte der: Ich möchte mal kurz für dich beten. Gesagt, getan. Anschließend sagte er: „Björn, du und wir, wir haben denselben Herzschlag. Es steht der Sache mit ‚B.A.S.E. Fulda‘ nichts im Wege.“

Einige Monate später stand der erste B.A.S.E. in Fulda an. Ein Club wurde extra angemietet, Koenige & Priester als Band engagiert und Pastor Marcus, der ‚breiteste Pastor Deutschlands‘ eingeladen. An diesem Abend kamen 1100 Menschen nach Fulda, 300 mussten leider unverrichteter Dinge wieder gehen, da die maximale Kapazität bei 800 lag. Im Herbst desselben Jahres wurde daher eine größere Halle für 1400 Besucherinnen und Besucher angemietet. Und auch diese war wieder bis zum Rand gefüllt. So ging es einige Jahre weiter, so dass All for One und die B.A.S.E. Bewegung viele zehntausende Menschen erreichen konnte, zu einem guten Teil aus Milieus und Lebenswelten, die von Kirche gänzlich unerreicht sind.

Mit der Zeit wuchs der Gedanke, dass es zwar gut war, in säkularen Hallen und Clubs zu spielen, dass aber **der Auftritt in inmitten der Öffentlichkeit noch wirkungsvoller** sei. Im Sommer 2015 sah Thomas im Gebet eine Open Air Bühne vor dem Kölner Dom und tausende Menschen vor der Bühne, die tanzend ihren lebendigen Glauben an Jesus feierten. Er wusste in dem Augenblick, dass es im Sommer 2015 passieren würde, und so geschah es auch. Seitdem organisierten die Enns-Brüder in den drei darauffolgenden Jahren insgesamt vier Open Air Veranstaltungen vor dem Kölner Dom, als auch parallel zwei Open Airs vor der Katharinenkirche in Frankfurt am Main. Auch in Fulda entstand in dieser Folge das ‚Light Up the Dom‘ Festival mit über 13.000 Besuchern. So wurde rückwirkend noch einmal sehr deutlich, welche Kraft OpenAir Events haben.

Und dann kam Corona – Ein Einschnitt, der vieles verändert hat. Lange Zeit konnten Events wie die hier beschrieben nicht mehr stattfinden. Und bis heute hat die Veranstaltungsbranche mit den Spätfolgen dieser weltweiten Pandemie zu kämpfen. In diesem Zuge haben sich die Preise für Technik und Techniker nahezu verdoppelt. Mittlerweile ist jedoch ein neuer Mut entstanden, der unter anderem dazu führte, dass Jonathan und Thomas Enns 2023 ein neues Format entwickelt und im Kölner Dom produziert haben: **ONE HEART**. An diesem Abend war der Kölner Dom bis auf den letzten Platz gefüllt. Die Vision war und ist dieselbe: **Christen verschiedener Konfessionen und Denominationen sollen in der Einheit zusammenkommen und gemeinsam Zeugnis von der Liebe Gottes in unserer Gesellschaft geben**. Wie durch einen Zufall kam vor etwa einem halben Jahr



dann die Anfrage von ‚Kirche in Not‘, ob nicht ein solches ONE HEART Event auch im Fuldaer Dom am sogenannten ‚Red Wednesday‘ stattfinden könne, um auf die weltweite Christenverfolgung aufmerksam zu machen. In diesem Kontext haben sich Björn, Thomas und Jonathan nach langer Zeit wiedergesehen, denn auch das All for One Network sowie die ebenfalls von Björn Hirsch mitgegründete Poiema-Bewegung waren als Mitveranstalter angefragt worden.

Im Rahmen eines Videodrehs erzählte Thomas auf einmal von einer Vision, die er vor ca. drei Jahren hatte. Es handele sich um einen Bühnentruck, der durch alle deutschen Großstädte und andere Regionen fahren würde und mit evangelistischen Großevents neue Zielgruppen für den Glauben, die Kirche und Gott erschließen würde. Björn Hirsch war sprachlos, denn genau zur selben Zeit hatte er die exakt gleiche Vision gehabt. Beide hatten damals Konzeptpapiere geschrieben, die sie nach dem Treffen miteinander austauschten. Nach gegenseitiger Sichtung trafen sie sich zusammen mit Jonathan zu einem Zoom-Call und planten gemeinsam weitere Schritte.

Im gemeinsamen Gebet am Ende des Online-Meetings wurde deutlich, dass es in Gottes Vorsehung liegt, dass dieses Projekt ins Leben gerufen werden soll. Dementsprechend waren sich alle Beteiligten einig, die Idee weiter zu verfolgen.

Aus den bisherigen Erfahrungen wurden jedoch folgende Bedingungen gestellt:

1. Es braucht Hauptamtliche, die das Projekt über einen bestimmten Zeitraum leiten. Sie müssen für ihren Dienst vollkommen freigestellt werden, insbesondere für den Bereich des Eventmanagements.
2. Es braucht einen Bühnentruck, der ohne die Hilfe dutzender Ehrenamtlicher und mit geringem zeitlichen Aufwand aufgebaut werden kann.
3. Es braucht eine gGmbH mit einem Geschäftsführer und klare Entscheidungsstrukturen. Dabei bleibt eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe sowie die Einbindung basisdemokratischer Elemente selbstverständlich gewährleistet..



## Wie soll es weitergehen?

Aktuell sind das neue Konzeptpapier, eine Broschüre sowie eine dazugehörige Präsentation entstanden. Der nächste Schritt wäre es nun, das Projekt SOULTRUCK konkret und detailliert zu planen. Dies ist jedoch nicht ohne die Freistellung von Menschen möglich, die das Projekt leitend in die Hand nehmen. Der Wunsch ist es, insgesamt **drei volle Stellen** mit einer Laufzeit von mindestens drei Jahren zu schaffen, die gerne an ein Bistum oder ein Werk, eine Landeskirche oder einen freikirchlichen Verband angedockt sind. Diese Stellen sollen durch einen **Geschäftsführer** (100 %), **zwei Projektreferenten** (je 50 %) sowie einen **Tour-Manager** (50 %) besetzt werden und müssen für einen Projektzeitraum von mindestens drei Jahren zugesagt werden. Ergänzt wird das Team durch einen **Verwaltungsleiter** / eine **Verwaltungsleiterin** (50 %), die sich um alle verwalterischen Aufgaben kümmert und das Team entlastet. Diese Stelle muss ebenfalls für mindestens drei Jahre gewährleistet werden.

Träger des Projekts ist die noch zu gründende **SOULTRUCK gGmbH** oder eine entsprechende **Stiftung**. Nachdem die Finanzierung der Stellen gesichert ist, wird sie errichtet. Neben der Geschäftsführung soll es einen Beirat aus Partnerinnen/Partnern und Unterstützerinnen/Unterstützern geben, der in konzeptionellen und organisatorischen Angelegenheiten berät. So kann sichergestellt werden, dass auch die Interessen der Unterstützerinnen und Unterstützer vertreten und umgesetzt werden.

Nachdem die SOULTRUCK gGmbH gegründet und die entsprechenden Personen bei ihr angestellt sind, finanziert durch die Partner, beginnt die Suche nach **Sponsoren**, die das Projekt finanziell unterstützen. Hierzu zählen Bistümer und Landeskirchen, kirchliche Werke, Förderprogramme von Bund und Ländern, Personen aus Wirtschaft und Politik sowie Einzelspenderinnen und -spender (Personen, Gemeinden). Idealerweise beginnt das Fundraising hierfür schon parallel zur Gründung der gGmbH.

Nachdem alle benötigten Projektmittel (siehe Kostenplan) sichergestellt werden konnten, beginnt eine **zweijährige Planungsphase**. In dieser Zeit werden Bands, Sprecher und Künstler gesucht und verbindlich gebucht, Locations ausfindig gemacht und Verträge mit den einzelnen Städten und Kommunen geschlossen sowie alle weiteren Dinge wie Sicherheitskonzepte besprochen. Das geplante Bühnenkonzept (siehe Abschnitt 'Bühne') wird umgesetzt und Netzwerke gebildet, zum einen mit den kirchlichen Gemeinden, Bistümern/Landeskirchen und Einrichtungen vor Ort, zum anderen mit Partnern aus den unterschiedlichen Bereichen (Gastronomie fürs Streetfood, Veranstaltungsequipment für Pavillons, Kinderspielgeräte usw.). Je nach finanziellen Möglichkeiten können gewisse Dinge auch selbst angeschafft und mitgeführt werden. Dies spart auf Dauer Kosten und mindert den Arbeitsaufwand. Zudem können beispielsweise durch den Verkauf von Speisen und Getränken notwendige Einnahmen generiert werden. Ein Mischkonzept aus Partnern, die aber fest für das Projekt gebucht sind und mitreisen und die ggf. sogar einen kirchlichen Background haben, ist ebenfalls denkbar.

In der Planungsphase wird ebenfalls ein umfassendes Marketingkonzept erarbeitet, Visionstage mit den lokalen Partnern vor Ort durchgeführt, Teams, die mitreisen und solche, die das Projekt vor Ort unterstützen, geschult und ein inhaltliches Konzept mit entsprechenden Workflows und Ablaufplänen erarbeitet, welches noch einmal mehr ins Detail geht, als es dieses Konzeptpapier zu leisten vermag. Bei allem ist es wichtig, dass das gesamte Event als ein ‚durchgängiger Pinselstrich‘ erscheint und nicht die Aneinanderreihung verschiedener Acts ist. Und es soll die Nachhaltigkeit gewährleistet werden, für die Besucherinnen und Besucher, für die Gemeinden und Einrichtungen vor Ort, für die Bistümer und Landeskirchen, die Werke und Förderer sowie alle Partnerinnen und Partner, die an dem Projekt SOULTRUCK beteiligt sind.

Nach der zweijährigen Planungsphase geht es in die **Umsetzung im dritten Jahr**. In diesem dritten Jahr sollen bis zu 30 Städte/Regionen angesteuert werden. Anschließend gibt es einen großangelegten Evaluierungs- und Reflexionsprozess, aus dem Einsichten und Erkenntnisse gewonnen werden sollen, die für die zukünftige Arbeit der SOULTRUCK gGmbH von Bedeutung sind. Je nachdem, ob sich auch für einen weiteren Zeitraum Förderer für die verschiedenen Bereiche (siehe ‚Möglichkeiten der Förderung‘) finden lassen, kann das Projekt auf unbestimmte Zeit fortbestehen. Die Kosten werden sich ab dem dritten Jahr deutlich senken, da wesentliche Anschaffungen bereits getätigt wurden und nur noch die laufenden Kosten anfallen. Zudem sollten bereits eigenständig Einnahmen generiert worden sein, die zur Mitfinanzierung aller geplanten Aktivitäten einen nicht zu unterschätzenden Beitrag leisten können.





## Möglichkeiten der Förderung und was Förderer von ihrer Unterstützung haben?

Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten, das Projekt SOULTRUCK zu unterstützen:

1. **Förderer von Stellen:** Wie erwähnt braucht es für das Projekt drei volle Stellen. Die Finanzierung und Schaffung dieser Stellen ist Grundlage für alles Weitere, d.h. die gGmbH-Gründung und die Weiterentwicklung des gesamten Projekts als solches. Ohne die Freistellung der erwähnten Personen ist die Planung eines Projektes diesen Ausmaßes schlichtweg unmöglich.
2. **Großförderer:** Bei zu erwartenden Projektkosten von ca. 1,5 Mio. Euro (siehe Kostenplan) ist es notwendig, einige Großspender zu finden, um zumindest 2/3 der Summe, also eine Million Euro, sicherzustellen. Der verbleibende Betrag kann durch Einzelförderer aufgebracht werden.
  - A. Ebene 1 - (10.000- 24.999 Euro)
  - B. Ebene 2 - (25.000-49.999 Euro)
  - C. Ebene 3 - (50.000-99.999 Euro)
  - D. Ebene 4 - (ab 100.000 Euro)
3. **Einzelförderer** (jede Höhe): Hierzu zählen Einzelpersonen und Gemeinden, ggf. auch Bistümer, Landeskirchen und freikirchliche Verbände, wobei diese auch gerne als Großförderer auftreten können. Einzelspenden sind über verschiedene Kanäle möglich, durch Banküberweisung, PayPal und Crowdfunding-Kampagnen. Zudem sind Einnahmen durch die Kollekten vor Ort sowie durch den Verkauf von Speisen, Getränken und Merchandising ebenfalls zu diesem Bereich zu zählen.
4. **Sachförderer:** Natürlich ist es auch möglich, das Projekt durch Sachspenden zu unterstützen. Hier wird es beizeiten eine Liste an Dingen geben, die gebraucht werden. Hierzu können technische Ausstattung, Pavillons und Spielgeräte, Artikel aus dem Bereich der Werbetechnik (Roll Up Banner, Beachflags, Walking Acts...) bis hin zu Fahrzeugen (Nightliner) sowie kostenlosen Unterkünften in Hotels vor Ort und vieles mehr zählen.
5. **Ehrenamtsförderer:** Trotz der weitgehend hauptamtlichen und arbeitszeitsparenden Grundstruktur des Projekts werden vor Ort jeweils 30-50 Ehrenamtliche gebraucht. Diese können aus Gemeinden und Einrichtungen vor Ort rekrutiert werden. Ehrenamtliches Engagement ist somit eine wichtige Ressource und eine ideale Möglichkeit, das Projekt auch ohne finanzielle Mittel oder zusätzlich dazu zu fördern.
6. **Hoffnungsförderer:** Bei allen materiellen Förderungsmöglichkeiten soll auch das unterstützende Gebet nicht vergessen werden. Es ist die Basis, der Teppich, der Fels, auf dem alles andere aufgebaut wird. Nur durch einen intensiven Kontakt mit Gott und das Hören auf seine Pläne, kann das Projekt im letzten gelingen. Je mehr Menschen das Projekt SOULTRUCK mit in ihr Gebet einschließen, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass es am Ende zum Segen für viele Menschen wird, das Versorgung geschieht und es Schutz vor Unwägbarkeiten gibt.

## INHALTLICHE BESTIMMUNG

### Warum ein Bühnentruck als Kernelement?

Ohne miteinander gesprochen zu haben, hatten Thomas und Björn zur selben Zeit die gleiche Idee: Sie wollten mit einem Bühnentruck durch Deutschland touren. Wo Thomas sich aufgrund seines Hintergrunds als professioneller und tour-erprobter Musiker schon mehr Gedanken zum Konzept der Bühne gemacht hat, blieb es bei Björns Gedanken noch eher vage. Dennoch waren beide von der Idee fasziniert, in kurzen Zeitabständen von der einen in die andere Stadt zu fahren und dort mit minimalem Aufwand maximalen Output zu generieren. Denn die Erfahrungen der vergangenen Jahre hatten gezeigt, dass besonders Open-Air-Veranstaltungen im öffentlichen Raum einen großen Impact auf die Städte, Gemeinden und Menschen hatten. Die Anzahl der Besucherinnen und Besucher war stets sehr groß (10-15.000 Menschen), zum anderen wurden Menschen mit einer Ferne zu Kirche in einem nie gekannten Maße erreicht (mindestens 50 Prozent der Gesamtteilnehmer), die Sichtbarkeit von Kirche in der Öffentlichkeit (auch medial) war enorm und es konnten sich besonders viele Menschen für ein Leben mit Gott und weiterführende pastorale Angebote öffnen.

Aus den genannten Gründen fällt die Wahl nach wie vor auf einen Bühnentruck als Kernelement dieses Projekts, wenngleich dieser Mittel zum Zweck ist und bleibt. Das Entscheidende passiert nicht durch den Truck, sondern durch die vielen Menschen, die auf und vor der Bühne stehen und gemeinsam ein ‚Fest des Glaubens‘ erleben, wie Sie es möglicherweise noch nie erlebt haben. Und auch wenn Events im kirchlichen Bereich häufig als nicht nachhaltig gelten, soziologische Studien und eigene Erfahrungen sprechen eine andere Sprache. Die Vergesellschaftungsform mit dem meisten Zuspruch, besonders in juvenilen Lebenswelten, ist die Szene. Und zu einer szeneförmigen Vergemeinschaftung gehört der Event als zentralstes Element unweigerlich dazu. Durch Events behalten Menschen ihre Unabhängigkeit und Autonomie und müssen sich nicht zu regelmäßiger Tätigkeit oder Teilnahme verpflichten, sollen aber gleichzeitig ihr Bedürfnis nach Gemeinschaft und bekommen so ein Stück weit Halt und Bestätigung für die Gestaltung ihres Lebens. Für Björn Hirsch war ein Event – der Weltjugendtag in Köln 2005 – entscheidend dafür, dass er sich intensiver mit der Frage nach Gott auseinandersetzte, später Theologie studierte und dann in den kirchlichen Dienst gegangen ist. Ohne die Erfahrung vom Marienfeld wäre dies sicherlich nicht passiert.

Weitere Vorzüge eines Bühnentrucks sind folgende:

1. **Ein Bühnentruck macht zunächst einmal Eindruck und ist dem Verwendungszweck angemessen.** Bei den geplanten Veranstaltungen handelt es sich um konzertante und künstlerische Events mit einem gottesdienstlichen Fundament. Sowohl Konzerte als auch Theaterstücke und mit Abstrichen Gottesdienste finden auf ‚Bühnen‘ statt. Zudem werden Menschen erstaunt sein, wenn plötzlich ein Bühnentruck in der Innenstadt steht. Er zieht Menschen an und schafft die idealen Voraussetzungen für ein eindrucksvolles Erlebnis - vom Licht, über den Sound bis hin zu ‚Special Effects‘.
2. **Ein Bühnentruck ist mobil und kann in jeder Stadt schnell aufgebaut werden.** Hierdurch ist die Mobilität des Projekts gewährleistet. ‚Mobilität‘ ist eines der zwölf Megatrends, die vom Zukunftsinstitut durch breit angelegte Studien ausfindig gemacht wurden. Mit dem SOULTRUCK bildet auch Kirche diesen Trend ab und zeigt, dass sie dynamisch, beweglich und unterwegs in die Zukunft ist – allein das spricht schon Bände und macht einen wichtigen Unterschied zu einer Kirche, die ansonsten weitläufig als im-mobil, weil an Im-mobilien gebunden, wahrgenommen wird.

3. Manche der oben erwähnten Projekte kommen ohne eine Bühne aus. Der Vorteil, sich einfach in die Fußgängerzone zu stellen, sind sicherlich der geringere Arbeitsaufwand und die so zu erreichende ‚Augenhöhe‘. Auf der anderen Seite wirkt es auch wenig professionell und man ist den Menschen um sich herum mehr oder weniger ausgeliefert. Dies ist in einer Zeit des Populismus und der wachsenden Differenzen und Aggressivität nicht ungefährlich. Ein Bühnentruck schafft in gewisser Weise einen **‘Safe Space’**. Künstler/Künstlerinnen sowie Mitarbeiter/Mitarbeiterinnen sind zunächst einmal geschützt. Ausgearbeitete Sicherheitskonzepte, erarbeitet in Kooperation mit den Kommunen und Städten, tun ihr Übriges dazu. Zudem sind es angemeldete Veranstaltungen, die nicht den Eindruck einer spontanen, nicht genehmigten Veranstaltung erwecken.
4. **Ein Bühnentruck, besonders der eigens konzipierte SOULTRUCK, spart Zeit und ehrenamtliche Helferinnen/Helfer beim Aufbau aufgrund des speziellen Konzeptes.** Aus den Erfahrungen der vergangenen Jahre ist für den Aufbau einer Open-Air-Bühne besonders viel ‚Man-Power‘ erforderlich. Dies zu bezahlen ist beinahe unmöglich. Daher haben diese Aufgabe immer Teams aus Ehrenamtlichen übernommen. Um mit weniger ehrenamtlichen Helfern auszukommen und schneller zu sein, soll ein Bühnentruck entwickelt werden, der sich innerhalb von **ca. vier Stunden** aufbauen lässt und nur wenige professionelle Personen benötigt werden.
5. Eine Überlegung war es, einen Bühnentruck für dieses Projekt auszuleihen. Bei bislang bis zu 20 geplanten Events im ersten Jahr wären die Kosten hier jedoch höher als bei der Anschaffung. Bei den Festivals ‚Lichter der Hoffnung‘ und ‚Light Up The Dom‘ sind jeweils Kosten für Bühne und Technik zwischen 32.000 und 100.000 Euro entstanden (unterschiedliche Bühnengröße und Ausstattung). Bei einer Bühne dieser Größe wären es heute vermutlich ca. 70.000 Euro. Bei 20 Events lägen die Kosten bei 1,4 Mio. Damit hätten sich die Anschaffungskosten für Bühne, Nightliner und Sattelschlepper (1,28 Mio.) bereits im ersten Jahr amortisiert. In den Folgejahren können wir diese Kosten dann komplett einsparen. **Daher spart ein eigens angeschaffter Bühnentruck von vornherein viel Geld und kann darüber hinaus sogar für zusätzliche Einnahmen sorgen (Vermietung).** Eine Unterbringung ist aktuell bei einer befreundeten Firma in Hamburg (T-Stage) möglich, die stetig wächst und deren Herzschlag es ist, Jesus in unsere Gesellschaft zu bringen.

## Das Drei-Truck-System

Streng genommen handelt es sich beim SOULTRUCK gar nicht um einen, sondern um drei Trucks:

1. Der bereits angesprochene **Bühnentruck (Smart Stage 120)**, der dank seiner Schnellaufbau-Konstruktion in kurzer Zeit aufgeklappt werden kann.
2. Ein **LKW mit Gabelstapler**, in dem das gesamte Equipment, von den Instrumenten, über Lampen bis zur PA, bereits aufgebaut & zusammengesteckt, transportiert wird. Der Gabelstapler ist hierbei unabdingbar und dient dem schnellen Aufbau des Equipments.
3. Ein **Nightliner** für Musiker, Sprecher und Hauptverantwortliche für die Tourneen durch Deutschland und evtl. auch Österreich und Schweiz.

Aktuell ist es vorgesehen, einen Nightliner anzuschaffen. Dies hängt jedoch maßgeblich von den verfügbaren finanziellen Mitteln ab. Natürlich würde sich eine Anschaffung langfristig lohnen, da man hohe Hotelkosten in den Innenstädten sparen würde. Durch die Vermietung könnten zusätzliche Einnahmen generiert werden, die dem Projekt zugutekommen und dafür sorgen, dass die Einnahmen irgendwann die laufenden Kosten zu großen Teilen selbst tragen.





## Was der SOULTRUCK ist!

Die Basis für alle organisatorischen Überlegungen bilden folgende Leitgedanken:

1. Im Mittelpunkt steht der (einzelne) Mensch. An ihm richtet sich all unser Tun stets aus.
2. Mit dem SOULTRUCK bieten wir Menschen einen Ort an, an den sie mit ihren Sorgen, Nöten, Ängsten und Fragen kommen können und auf gut geschulte und emphatische Menschen treffen, die sie ein Stück ihres Weges begleiten können.
3. Der SOULTRUCK soll Menschen positiv überraschen und ihnen zeigen, dass Kirche so vielfältig ist wie die Gläubigen selbst.
4. Am SOULTRUCK wird Kirche in all seinen Facetten erfahrbar:
  - Ein gut durchdachtes inhaltliches Konzept, hochkarätige Musik und Kunst sowie eine erfahrungsbasierte Verkündigung (Liturgie, Gottesdienst),
  - eine lebendige Gemeinschaft, die durch verschiedene Angebote gefördert wird (Koinonia, Gemeinschaft)
  - eine sichtbare Nächstenliebe, die sich in kostenlosen Angeboten – etwa dem ‚KIDS-Paradies‘ oder der Veranstaltung selbst – sowie in einem respektvollen und wertschätzenden Umgang innerhalb der Teams und in Begegnungen auf Augenhöhe zeigt (Diakonia, Nächstenliebe), sowie
  - Eine nutzerorientierte, profilierte, aber niemals überfordernde oder aufdringliche Verkündigung der Frohen Botschaft im Sinne eines offenen Angebots (Martyria, Verkündigung).
5. Unser Konzept folgt dem Prinzip der Nachhaltigkeit. Events können dazu beitragen, dass Menschen Kirche anders erleben und sich öffnen. Ein erstes Vertrauen entsteht. Doch erst im Anschluss beginnt der Prozess, bei dem der/die Einzelne auf die Suche nach dem eigenen Glauben geht. Dieser Prozess ist niemals geradlinig, sondern wird von Höhen und Tiefen geprägt sein. Daher ist es uns wichtig, den Menschen zumindest Orte anzubieten, zu denen sie auch nach den Events mit ihren je eigenen Themen kommen können. Das können Gemeinden und Einrichtungen, aber auch Einzelpersonen sein.
6. Bistümer und Landeskirchen, Pfarreien und Gemeinden, Einrichtungen und andere kirchliche Projekte sollen durch die Arbeit des SOULTRUCKS gestärkt werden. Es geht nicht um ein Konkurrenzangebot, sondern vielmehr über ein Vehikel, Menschen für den Glauben zu begeistern und somit eine Basis zu schaffen, dass sie auch an anderen Angeboten sowie am Gemeindeleben teilnehmen. Dies ist ein Wunsch, soll jedoch keineswegs einer Verzweckung das Wort reden. Jeder/Jede kann selbst entscheiden, ob es bei dem Besuch des Events bleibt oder er/sie weitere Schritte gehen möchte. Dennoch sind solche Events auf verschiedenen Ebenen wirkungsvoll und können Gemeinden vor Ort, die nicht in der Lage wären, ein solches Projekt eigenständig auf die Beine zu stellen, unterstützen.
7. Unser Anspruch ist es, in allen Bereichen professionell und theologisch fundiert zu arbeiten. Dafür arbeiten wir mit Expertinnen und Experten aus Theologie und Seelsorge, Kunst und Kultur, Veranstaltungstechnik und Bühnenbau sowie Gastronomie und Veranstaltungsmanagement zusammen



8. Unser Ziel ist es, die **Identität der Christen zu fördern und die Einheit zu stärken, aus der heraus Menschen Jesus kennenlernen**. Jesus sagt an zentraler Stelle: "Ich bete aber nicht nur für sie, sondern auch für die Menschen, die auf ihr Wort hin an mich glauben werden. Ich bete darum, dass sie alle eins sind – sie in uns, so wie du, Vater, in mir bist und ich in dir bin. Dann wird die Welt glauben, dass du mich gesandt hast." (Joh 17, 20-21). Dementsprechend schätzen wir die Vielfalt christlicher Traditionen und Ausdrucksformen und vermeiden auf unseren Veranstaltungen eine einseitige Fokussierung auf bestimmte Richtungen. Vielmehr wollen wir Brücken bauen und die Liebe unter Christen fördern, denn: "An eurer Liebe zueinander werden alle erkennen, dass ihr meine Jünger seid". (Joh 13,35) Nur in der Einheit ist ein authentisches Zeugnis von dem Gott der Liebe überhaupt möglich. Dies ist uns Anspruch und Hoffnung zugleich.

Diese und weitere Gedanken werden im Laufe des Entwicklungsprozesses in Zusammenarbeit mit allen Stakeholdern und dem Beirat in einem Leitbild festgehalten, welches die inhaltliche Ausrichtung des Projekts deutlich macht und Transparenz nach außen bietet, sodass sich alle Partnerinnen und Partner, Förderinnen und Förderer auf ein gemeinsames Mindestmaß an Zielen und Werten schon im Vorfeld verständigen können.









## Was der SOULTRUCK nicht ist!

Wichtig ist es dem Projekt SOULTRUCK, sich von folgenden Punkten in aller Deutlichkeit zu distanzieren:

1. Schwarz-Weiß-Theologie
2. Abwertung andersdenkender Christen
3. Abwertung von Menschen aufgrund ihrer politischen Einstellung oder ihrer sexuellen Orientierung (bei einer gleichzeitig auf christlichen Werten basierenden Grundhaltung)
4. Fokussierung auf Wunderheilungen und Lebensübergaben
5. Aufbau von Druck auf Teilnehmende
6. Unprofessionalität

Vielmehr hat die SOULTRUCK gGmbH den tiefen Wunsch, Menschen die frohe Botschaft zu verkünden, authentische Zeugen der Liebe Gottes in unserer Gesellschaft zu sein und Menschen, auch und besonders kirchenferne, zu einem Leben mit Jesus einzuladen. Es ist uns aber ebenso ein großes Anliegen, das Kirchenbild vieler Menschen durch gute Erfahrungen zumindest zu ergänzen, vielleicht sogar grundlegend zu verändern. Eine ‚Schwarz-Weiß-Theologie‘, eine auf ‚Wunderheilungen‘ fokussierte Verkündigung (wobei wir in der Gegenwart Gottes immer mit Wundern & Heilungen rechnen), ein Abgrenzen von anderen kirchlichen oder gesellschaftlichen Gruppen und Strömungen (zum Nutzen der Selbstprofilierung), das Zählen von Bekehrungen an einem Abend als alleiniger Maßstab für den Erfolg liegen uns fern. Von daher grenzen wir uns von den genannten Punkten ab.



## Zielgruppen

Anders als in der Jugendarbeit von B.A.S.E. und All for One gibt es von der **Altersstruktur** her keine dezidierte Hauptzielgruppe. Es sind Menschen aller Altersgruppen herzlich eingeladen, die Events zu besuchen. Vielmehr noch sehen wir in der generationsübergreifenden Arbeit eine besondere Kraft und Chance. In der Bibel geht es immer wieder darum, dass Menschen unterschiedlicher Generationen gemeinsam den einen dreieinigen Gott suchen, der sich finden lässt. Dazu ist es häufig nötig, unterschiedliche Perspektiven kennenzulernen und einzunehmen. Dies kann unter anderem auch durch tragfähige Brücken zwischen den Generationen erreicht werden.

Von der ästhetischen und inhaltlichen Gestaltung her wird der SOULTRUCK tendenziell **eher Menschen jüngerer und mittleren Alters** ansprechen (14-35 Jahre & 40-60 Jahre). Gleichzeitig soll das Konzept von SOULTRUCK kein ‚One-Size-Fits-All-Modell‘ sein, sondern sich an den jeweiligen Gegebenheiten vor Ort orientieren. Ein SOULTRUCK-Event in der Innenstadt von Köln, Hamburg oder Berlin hat andere Voraussetzungen als eines inmitten der Rhön oder in einer Kurstadt. Somit werden sich auch Künstler, Sprecher, Bands und Gestaltungselemente immer wieder verändern, so dass sie zum jeweiligen Kontext passen. Wir sind grundsätzlich offen, an unterschiedlichste Orte zu gehen und möchten uns hier von Gott und von konkreten Anfragen ein Stück weit leiten lassen. Aktuell ist es eher unser Ziel, die 79 Großstädte in Deutschland abzudecken. Da auch der Verstädterungsgrad in Deutschland bei mittlerweile über 75 Prozent liegt, d.h. 75 Prozent der Deutschen leben in Klein-, Mittel- und Großstädten leben, werden wir tendenziell eher auf **urban geprägte Menschen** treffen. Somit sind Kennzeichen für urbane Mission, wie Sie beispielsweise Björn Hirsch formuliert (vgl. Hirsch: Der Ort macht die Kirche, Ostfildern 2022), unbedingt zu beachten. Die daraus resultierende Grundausrichtung lässt sich im Nachhinein aber auf die verschiedenen Gegebenheiten vor Ort anpassen, so dass auch Veranstaltungen im suburbanen und ländlichen Raum möglich sind.

Bezüglich der **sozialen Herkunft** gibt es ebenfalls keine klaren Festlegungen. Aber grundsätzlich ist es Ziel, dass neben Christinnen und Christen aus unterschiedlichen kirchlichen Hintergründen auch und vor allem Menschen teilnehmen, die als Passanten gerade in der Stadt sind, die von einem Freund oder einer Freundin zu diesem Event mitgenommen wurden, die neugierig sind und einfach mal schauen wollten und die grundsätzlich eher wenig bis gar keinen Kontakt zum Glauben und Kirche haben. Statistisch gesehen erreichen die beiden großen Kirchen tendenziell Menschen aus dem Bildungsbürgertum und Menschen, die formal höher gebildete und ökonomisch eher gut ausgestattet sind (Konservativ-etabliertes Milieu, Traditionelles Milieu, vgl. Sinus 2018). Hier streben wir eine weitaus größere Diversität an, die wir mit unserer Arbeit in der Vergangenheit auch erreicht haben.

**Die Gewichtung von Menschen mit und ohne christlich-kirchliche Bindung soll bei jedem Event mindestens 70:30 sein, besser noch 60:40 oder 50:50.** Bei der bisherigen Arbeit von B.A.S.E. und All for One konnten, je nach Event, diese Kennzahlen erfüllt werden. Dies haben Umfragen bei und nach den Events gezeigt. So hat sich der Anteil ‚kirchenferner‘ Menschen erhöht, wenn Events nicht in geschlossenen Hallen, sondern auf öffentlichen Plätzen (‚Lichter der Hoffnung‘ & ‚Light up the Dom‘) stattgefunden haben. Demgemäß ist es durchaus zu erwarten, dass auch bei den Veranstaltungen mit dem SOULTRUCK der Anteil an Nicht-Christen tendenziell eher höher ausfällt.



Die unterschiedlichen Personengruppen sollen zum Schluss einmal aufgelistet werden, ohne sie dabei aber in irgendeiner Weise festlegen zu wollen:

- Jugendliche (12-17)
- Junge Erwachsene (18-35)
- Junge Familien (Eltern: Ende 20-45, Kinder 0 bis 14)
- Menschen mittleren Alters (40-65 Jahre)
- Menschen höheren Alters (ab 65 Jahren)

## Partner

Für die Umsetzung dieses Mega-Projekts braucht es viele Partnerinnen und Partner aus den unterschiedlichsten Bereichen. Einige von ihnen sollen hier ohne Anspruch auf Vollständigkeit aufgelistet werden:

1. **Freunde und Förderer:** Sie sind der Grund, auf dem das Projekt steht. Ohne den finanziellen, personellen und ideellen Support von möglichst vielen Unterstützerinnen und Unterstützern kann das Projekt nicht umgesetzt werden. Daher ist, besonders in der Anfangszeit, aber auch während der gesamten Projektphase, eine verstärkte Aufmerksamkeit auf diese Partner zu richten.
2. **Bistümer und Landeskirchen:** Mit dem SOULTRUCK wollen wir den (Erz-) Bistümern/ Diözesen und Landeskirchen dienen. Wir sind auf die Zusammenarbeit in vielen Bereichen angewiesen, sei es durch die Bereitstellung von Räumlichkeiten und öffentlichen Plätzen, durch personelle oder finanzielle Unterstützung oder durch ihre Expertise. Unser Wunsch wäre es, wenn der SOULTRUCK Einzug in die Pastoralkonzepte der Bistümer und Landeskirchen halten und so zu einem integralen Bestandteil der Kirchenentwicklungsprozesse in den einzelnen Ortskirchen werden würde.
3. **Kirchengemeinden und kirchliche Einrichtungen:** Sie sind als kirchliche Basis wichtige Partner, besonders im Bereich der Durchführung und der Nacharbeit. Sie sorgen dafür, dass die Events Reichweite bekommen und möglichst viele Menschen innerhalb und außerhalb von Gemeinden vom SOULTRUCK erfahren. Dies ist für die Gewinnung von Teilnehmenden und Mitarbeitenden gleichermaßen wichtig. Zudem sind sie diejenigen, die im Nachgang der Events für eine dauerhafte Begleitung derjenigen sorgen, die sich eine Anbindung an eine Gemeinde oder die Teilnahme an weiterführenden Angeboten wünschen. Bei der Erstellung eines solchen Angebots werden wir von der SOULTRUCK gGmbH behilflich sein. Wir arbeiten hier nach einem 'Fünf-Stufen-Modell' (B. Hirsch).
4. **Christliche Werke, Bewegungen und Organisationen:** Bereits in der Vergangenheit haben wir mit vielen christlichen Werken und Organisationen zusammengearbeitet. Sie waren mit Messeständen und Pavillons vor Ort, haben im Bereich des Veranstaltungsmarketings unterstützt und Ressourcen mit uns geteilt. Durch geringfügige Standgebühren konnten wir einen Teil der Kosten refinanzieren. Organisationen, die uns bereits im Vorfeld großzügig unterstützt hatten, bekamen als Dankeschön einen kostenfreien Standplatz. Uns liegt die Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Werken weiterhin sehr am Herzen, zeigen Sie doch die Vielfalt innerhalb der Kirche. Je nach Ort und zu erwartender Zielgruppe werden wir entsprechende Organisationen gezielt ansprechen und zur Teilnahme einladen.

5. **Städte und Regionen:** Auch Städte und Kommunen sind zu den wichtigsten Partnern für dieses Projekt zu zählen. Uns ist es wichtig, dass sie nicht nur Genehmigungen erteilen, sondern dass sie gemeinsam mit uns diese Events veranstalten. Für viele Städte sind Events im Rahmen eines Stadt- und Citymarketings sehr wichtig. Auch den Kommunen wollen wir dienen und einen Beitrag dazu leisten, dass das Leben in der Stadt bunt und vielfältig wird und dass sich Menschen hier wohlfühlen. Zudem sorgen wir ggf. dafür, dass Menschen aus anderen Teilen des Landes anreisen, übernachten, shoppen und Essen gehen und die ansässigen Einzelhändler, Restaurants und Hotels Umsätze generieren. Wir brauchen im Gegenzug die Unterstützung bei dem Genehmigungsverfahren, bei Sicherheitskonzepten und vielen weiteren Dingen. Aus unserer bisherigen Erfahrung heraus funktioniert die Zusammenarbeit mit Stadtverwaltungen meistens sehr gut.
6. **(Christliche) Musiker, Künstler, Sprecher und lokale Kultureinrichtungen:** Die christliche Künstlerszene ist mittlerweile vielfältig und fast täglich kommen neue Künstler hinzu. Wir wollen Ihnen ein Forum bieten, ihre Kunst darzustellen. Natürlich bedarf es dazu einer vorherigen Prüfung, ob sie zum Gesamtkonzept und in den konkreten Kontext eines Veranstaltungsortes passen. Hierzu wird es ‚Castings‘ und Gespräche im Vorfeld geben. Eine Liste mit ‚Kandidaten‘ ist in diesem Konzeptpapier bereits zu finden. Sie ist jedoch nicht als endgültig zu betrachten und wird sich immer wieder verändern und erweitern. Auch lokale, nicht-christliche Künstler oder Kultureinrichtungen können in die Events integriert werden. Mitunter sorgen sie dafür, dass Menschen zu einem Event kommen. So können sie als Vorgruppe während des Tages beispielsweise für ein volles Haus sorgen und auch jene anziehen, die einer christlichen Veranstaltung eher fernbleiben würden. Gleichzeitig wollen wir kein ‚Katz- und-Maus-Spiel‘ veranstalten, sondern das Profil der Events deutlich und transparent auch noch außen tragen.
7. **Ehrenamtliche in allen Bereichen:** Pro Event braucht es 30-50 Ehrenamtliche. Diese kommen aus den Gemeinden vor Ort und werden in 10 unterschiedlichen Teams eingesetzt. Visionstage an den einzelnen Orten im Vorfeld der Events sorgen dafür, dass Menschen sich informieren und in die Team-Listen eintragen können.
8. **Gastronomen und Firmen aus der Veranstaltungsbranche:** Für die Gestaltung unseres Rahmenprogramms sind wir an allen Orten auf lokale Partner aus Gastronomie und Veranstaltungsbranche angewiesen. Je nachdem, in welchem Maße wir unser Streetfood-Angebot, das ‚KIDS-Paradies‘ und weitere Dinge selbst stellen können, ist dies mehr oder weniger erforderlich. In jedem Fall wird es aber Bedarf und Berührungspunkte geben.
9. **Christliche und nicht-christliche Medien (TV, Radio, Influencer, Zeitschriften, Tageszeitungen etc.):** Um auch Menschen die Teilnahme an den Veranstaltungen zu ermöglichen, die nicht vor Ort sein können, sollen vereinzelt Veranstaltungen über TV, Radio und durch Live-Streams auf Streamingdiensten und Social-Media-Plattformen übertragen werden. Zudem soll während der gesamten Dauer des Projekts regelmäßig über die Fortschritte berichtet werden. Ein eigener Podcast oder YouTube Kanal, der das Projekt von Beginn an begleitet, wären ebenfalls denkbar. Dies würde jedoch weiteres Personal notwendig machen und zusätzliche Kosten verursachen.





## Ein typischer Ablauf eines SOULTRUCK-Events (inkl. Rahmenprogramm)

<b>07:00 Uhr</b>	<b>Aufbau der Bühne</b>
<b>11:00 Uhr</b>	<b>Start des Rahmenprogramms</b> mit Streetfood, Handcraft-Market, KIDS-Paradies und Kirchenmeile Parallel finden Outreaches statt, um Menschen an allen Enden der Stadt zu dem Event einzuladen
<b>14:00 Uhr</b>	<b>Start des Bühnenprogramms</b> mit wechselnden Acts (jeweils 45-60 Minuten, siehe „Welche Künstler treten auf?“)  Es wechseln sich Music-Acts, Wortkunst und Zeugnisse sowie kleine Katechesen/Predigten ab; vor dem Abschlussgottesdienst legt ein DJ auf, zu dessen Musik eine Tanzperformance dargeboten wird
<b>19:00 Uhr</b>	<b>Abschlussgottesdienst</b>
<b>22:00 Uhr</b>	<b>Abbau</b>
<b>02:00 Uhr</b>	<b>Abfahrt aller Beteiligten in die nächste Stadt</b>

## Ein typischer Ablauf eines One Heart Open Air Gottesdienstes

<b>19:00 Uhr</b>	<b>Opener   Begrüßung</b>
<b>19:10 Uhr</b>	<b>Band (dynamischer Lobpreis)</b>
<b>19:30 Uhr</b>	<b>Kreativteil (Schauspiel, Pantomime, Poetry, Tanz...)</b>
<b>19:45 Uhr</b>	<b>Band (1 Song)</b>
<b>19:40 Uhr</b>	<b>Predigt</b>
<b>20:15 Uhr</b>	<b>Möglichkeit zur Lebensübergabe</b> <b>Einzelsegnungen &amp; Gebet</b> <b>Band (ruhiger Lobpreis)</b> <b>Kollekte</b>
<b>20:45</b>	<b>Band (Party Praise)</b>
<b>21:00 Uhr</b>	<b>Abkündigungen und Hinweise</b>
<b>21:30 Uhr</b>	<b>Zugabe Band (volles Programm: Wasserbälle, Konfetti etc.)</b>
<b>22:00 Uhr</b>	<b>Ende</b>



# Das Rahmenprogramm

## Streetfood

Es wäre denkbar, das gastronomische Angebot mit dem Missionarischen zu verbinden und beispielsweise einen eigenen Foodtruck zu betreiben, der beispielsweise folgende Angebote bereithält:

- **Pommes & Prayer** = Pommes-Tüte mit Tischgebet
- **Schriftrolle** = Wrap, eingehüllt in ein Papier mit Auszügen aus der Bibel
- **Bible-Burger** = Rezept des Burgers als Flyer; alle Zutaten werden mit Hinweisen zu Bibelstellen aufgelistet, etwa eine Prise Mt 5,1 [Salz]...
- **Jesus Salad - Who the f\*\*\* is Caesar?** = ein klassischer gemischter Salat mit verschiedenen Dressings und frischem Baguette

Ansonsten können Partner aus der Region hinzugenommen oder ausschließlich eingesetzt werden, um ein reichhaltiges Essensangebot bereitzustellen. Essen und Trinken ist ein verbindendes Element und besonders im religiösen Bereich bedeutsam. Daher soll es hier nicht zu kurz kommen.

Das Streetfood-Festival beginnt bereits am frühen Mittag (ab 11 Uhr) mit der Kirchenmeile, dem ‚KIDS-Paradies‘ und dem Handcraft-Market, parallel zum Aufbau der Bühne. Das Bühnenprogramm startet ab ca. 14 Uhr und endet mit dem zentralen One Heart Abschlussgottesdienst um 19 Uhr. Ab 22 Uhr ist das Festival beendet.

## ‚KIDS-Paradies‘

Das ‚KIDS-Paradies‘ ist eine Meile, beispielsweise eine abgesperrte Straße oder ein zentraler Platz, auf den die Besucherinnen und Besucher zuerst stoßen. Mit diesem Angebot, welches aus Rollrutschen, Hüpfburgen, Riesen-Kickern, Basketballkörben, Bobbycar- Parcours und vielem weiteren mehr besteht, sollen vor allem junge Familien, eine der Hauptzielgruppen (vgl. Zielgruppen), aus verschiedenen gesellschaftlichen Schichten angesprochen werden. Das Angebot ist kostenlos, im Unterschied zu anderen Veranstaltungen, wo solche Geräte in der Regel Geld kosten. Dies ist ein erster Ausdruck unserer Nächstenliebe und unserer dienenden Grundhaltung. Gleichzeitig wird es im ‚KIDS-Paradies‘ eine kleine Kinderbühne geben, wo christliche Kinderliedermacher und Puppenspieler auftreten und Kind- und familiengerechte Gottesdienste und Katechesen stattfinden.

## Handcraft-Market

Ein Handcraft-Market, auf dem handwerkliche Erzeugnisse und Lebensmittel aus der Region verkauft werden, soll vor allem die alternative Szene der Stadt, aber zunehmend auch einen Großteil der Gesellschaft (vgl. Megatrends „Gesundheit“ und „Neo-Ökologie“) ansprechen. Gleichzeitig bietet sie kleinen Händlern die Möglichkeit, gegen eine kleine Standgebühr, ihre hochwertigen Produkte zu vertreiben. Die Attribute, die alle Produkte haben müssen, sind „bio“, „fair“ und, wo möglich, „regional“.



## Kirchenmeile

Auf der Kirchenmeile können sich Gemeinden und Einrichtungen des jeweiligen Veranstaltungsortes sowie überregionale Werke und alle Partner von SOULTRUCK präsentieren. Hierzu werden mit Tischen und einheitlichen Designs ausgestattete Pavillons zur Verfügung gestellt, die kostenfrei genutzt werden können, um auf die eigenen Angebote aufmerksam zu machen. Hierdurch soll auch eine Brücke zwischen dem Event und einer weiteren Beschäftigung mit Glaubensthemen gebaut werden. Die Auswahl an Gemeinden wird von der Projektleitung getroffen. Im Vorfeld der Events gibt es hierzu ein Bewerbungsverfahren. Zudem gibt es auf der Kirchenmeile das kostenlose SOULTRUCK-Magazin (siehe „Was noch?“), welches mit je einem Einleger versehen ist, auf die Partnergemeinden und -einrichtungen des jeweiligen Ortes zu finden sind. Auch in der SOULTRUCK-App sind diese noch einmal gesammelt zu finden.





## Welche Künstler treten auf?

Bei der Auswahl der Künstlerinnen und Künstler soll, wie bereits erwähnt, auf den jeweiligen Kontext, die konkreten Zielgruppen und den Anlass geschaut werden. Zudem soll ein Ausgleich verschiedener Stilrichtungen und Traditionen erreicht werden, um den Gedanken einer in Vielfalt vereinten Kirche zu stärken. Eine unvollständige Liste von Künstlerinnen und Künstlern aus den verschiedenen Genres soll hier jedoch bereits eine erste Orientierung bieten.

### BANDS / MUSIKER

- Koenige & Priester
- Good Weather Forecast
- O`Bros
- Outbreakband
- Alive Worship
- Yada Worship
- Adina
- Ocean
- Luna Simao
- Vu.anesa
- Veronika Lohmer & Band
- Urban Live Worship
- Lothar Kosse
- Samuel Harfst
- LOBEN
- Daniel Harter
- Sefora Nelson
- Zwei Flügel
- Albert Frey
- Katja Zimmermann
- Real Talk Records
- ...



### SRECHER

- Johannes Hartl
- Andreas Boppart
- Antonio Weil
- Niels Petersen
- Chris Schuller
- Bernadette Lang
- Bernadette Wahl
- Jana Higholder
- Max Fischer
- Dr. Björn Hirsch
- Diverse Bischöfe
- ...



## KÜNSTLER

- Marco Michalzik
- Daniel Kallauch
- Sebasan Rochlitzer
- MJ Deech und Luise
- Metanoia Ministries
- ...



## Vor- und Nachbereitung der SOULTRUCK-Events

### Finden und erstes Treffen mit Verantwortlichen an unterschiedlichen Orten

Zu Beginn des Projekts werden wir zunächst Kontakt zu potenziellen Partnern (Gemeinden, Gebetshäuser, kirchliche und überkonfessionelle/ökumenische Organisationen, Visionsträger in der Stadt...) aufnehmen und gründen zusammen mit Ihnen ein ‚Visionsteam‘ für die jeweilige Stadt oder Region, welches dann für uns Ansprech- und Kooperationspartner sein wird. Ein erstes Treffen wird nach der Kontaktaufnahme sehr zeitnah stattfinden.

### Werbe-Tour durch viele Städte, um die Vision vorzustellen und Teams zu gründen

Um noch mehr Menschen auf das Projekt aufmerksam zu machen und Mitarbeitende zu generieren, machen wir anschließend eine Werbe-Tour, auf der wir die entsprechenden Städte persönlich besuchen und die Vision sowie das Konzept vorstellen. Begleitet wird der Abend von Gebet und Lobpreis. Auf der Website **oneheartvision.de** sind die unterschiedlichen Termine zu finden, so dass sich jeder informieren und bei Interesse dabei sein kann.

Der ‚Visionsabend‘ beginnt gegen 19 Uhr und endet gegen 22 Uhr. Zuvor setzen wir uns mit dem ‚Visionsteam‘ zusammen, um mit Ihnen noch Dinge im Detail zu besprechen und Ihnen das offizielle SOULTRUCK-Handbuch mit Team- und Aufgabenbeschreibungen, Workflows und vielen weiteren Informationen rund um das Event zu überreichen.

Nach dem Event gehen die entstandenen Teamlisten an das Visionsteam, das alles weitere koordiniert. Ein weiteres persönliches Treffen wird es danach nur noch bei besonderem Bedarf geben. Ansonsten finden die weiteren Vorbereitungen dezentral an den einzelnen Orten statt.

### Die SOULTRUCK Training Days (Schulungsangebot, zentral für alle Orte/Regionen)

Bei Bedarf können die unterschiedlichen Orte Ihre Mitarbeitenden zu den SOULTRUCK Training Days schicken, die sechs bis drei Monate vor der Tour in Fulda stattfinden. Diese sind für alle, die mitmachen, offen. Inhaltlich richten Sie sich nach dem Bedarf, den Haupt- und Ehrenamtliche, die sich an dem Projekt beteiligen, haben. Bei Zeiten wird hier ein Programm entwickelt welches unterschiedliche Bereiche abdeckt und dafür sorgen wird, dass alle Mitarbeitenden gut vorbereitet und bestens geschult sind, um ihren Dienst am SOULTRUCK optimal ausüben zu können.

Ein Beispiel für die Training Days findet sich auf der Website des Netzwerkes All for One:



### Farewell-Party am Ende einer Saison, zu der alle Beteiligten eingeladen sind

Nach einer erfolgreichen Tour laden wir alle Orte zu einer gemeinsamen Farewell-Party nach Köln ein. An diesem Abend geht es nur um eins: Zusammen feiern und Gott für alles danken, was er in der vergangenen Saison gewirkt hat. Gleichzeitig gibt es Zahlen und Fakten zur vergangenen Tour, die Möglichkeit, Rückmeldungen zu den einzelnen Bereichen sowie zur Gesamtveranstaltung und dem Projekt an sich zu geben (Qualitätsmanagement) sowie ein Ausblick auf das nächste Jahr. Auch ein Zusammenschnitt der Events an den einzelnen Orten wird an diesem Abend gezeigt.







## WAS NOCH?

### Das SOULTRUCK Magazin (optional)

Es wäre wünschenswert, wenn es ein Magazin mit vielen spannenden Themen rund um das Leben, den Glauben und die Kirche gebe, mit der Vorstellung einzelner Musiker, Sprecher und Künstler, Glaubenszeugnissen, Interviews mit den Hauptverantwortlichen auf Bundesebene und in den Städten, mit Gebeten und Bibelbetrachtungen, Kreuzworträtseln, Rezepten (z.B. Bibelkuchen), dem kompletten Tour-Plan, einem Gewinnspiel und vielem weiteren mehr.

Dieses Magazin bietet zudem die Möglichkeit, den Sponsoren zu danken und sie in das Heft aufzunehmen. Die erste Auflage wird bei 20.000 liegen. Zudem gibt es Einleger, die speziell auf die einzelnen Orte zugeschnitten sind. Hier finden sich alle wichtigen Informationen zu den Gemeinden und Einrichtungen in der jeweiligen Stadt sowie Gutscheine für ein gemeinsames Mittagessen mit einer Person aus dem lokalen Connect-Team. Hierdurch können Besucherinnen und Besucher bei Bedarf in Kontakt mit Christen vor Ort bleiben.

### Die SOULTRUCK-App (optional)

Parallel zum Magazin wäre auch eine App eine Bereicherung für das Projekt. Sie wäre ein Stück weit flexibler als das Magazin und kann auch spontan noch mit Änderungen versehen werden. Auch das Programm des jeweiligen Tages sowie Informationen zu den einzelnen Musikern, Künstlern und Sprechern wird hier schon im Vorfeld und an dem Tag zu finden sein. So kann sich jeder und jede ihr eigenes Programm zusammenstellen. Zudem gibt es eine Verlinkung zur You-Version-Bibel-App.

### Das SOULTRUCK-Handbuch

Um den Akteurinnen und Akteuren an den unterschiedlichen Orten gesammelt alle wichtigen Informationen zur Verfügung zu stellen, braucht es ein Handbuch, welches jedes Leitungsgremium erhält. Es wird bei dem Treffen mit dem Leitungsgremium vor dem Visionsabend vorgestellt und ausgeteilt. Dadurch wird verhindert, dass es zu viele Rückfragen gibt. Zudem wird jede/jeder Mitverantwortliche auf denselben Stand gebracht, so dass die Abläufe am Ende reibungsloser funktionieren.

In diesem Bereich haben wir bereits hinreichende Erfahrungen gemacht. Auch bei den B.A.S.E.-Jugendgottesdiensten und den Festivals gab es Workflows, Teambeschreibungen mit Hinweisen für jedes Team, was vor, während und nach dem Event zu tun ist und ein Ablauf für den jeweiligen Tag.



### **Die SOULTRUCK Training-Days**

Bei den zentral stattfindenden Training Days sollen Teamer aus allen Orten für Ihren Einsatz in den unterschiedlichen Teams geschult werden: Von Gesprächstrainings, über Technischschulungen bis hin zu theologischen Seminaren wird vieles dabei sein. Die Seminare sind gegen eine kleine Gebühr von den Gemeinden und Einzelpersonen, die bei einem SOULTRUCK Event dabei sind, im Vorfeld über die Website [oneheartvision.de/soultruck](http://oneheartvision.de/soultruck) zu buchen. Sie finden in Fulda und/oder Köln statt.

Hintergrund dieses Schulungsangebots ist in erster Linie der Wunsch, dass sich jeder/jede Freiwillige in seinem/ihrer Dienst wohl und mit den nötigen Skills ausgestattet fühlt. Zudem wollen wir für eine gute Qualität bei unseren Events sorgen, Mitarbeitende vorher kennenlernen und ausschließen, dass missbräuchlich mit anvertrauten Ämtern umgegangen wird. Schließlich werden solche Schulungen auch nicht nur für die Events, sondern weit darüber hinaus, Menschen befähigen, anderen zu begegnen und Ihnen in einer angemessenen Weise von der Frohen Botschaft Jesu Christi zu berichten. Teil des Schulungsangebotes sind auch drei- bzw. sechsstündige Präventionsschulungen, die in den meisten Bistümern, Landeskirchen und Freikirchen mittlerweile zum Pflichtprogramm für jene gehören, die sich ehrenamtlich engagieren.

### **Die SOULTRUCK-Modedekollektion und Merchandising**

Um Einnahmen zu generieren und Besucherinnen und Besuchern unserer Veranstaltungen ein Erinnerungsstück anbieten zu können, wollen wir eine Modedekollektion und unterschiedliche Merchandising-Artikel anbieten, von Tassen über Schlüsselanhänger und Gymbags bis hin zu T-Shirts, Hoodies und Caps mit der guten Nachricht. Diese Artikel sorgen zudem für die Verbreitung des Evangeliums und machen auch andere auf das Projekt SOULTRUCK aufmerksam. Sie werden auf der Kirchenmeile an einem besonders gestalteten Stand der SOULTRUCK gGmbH verkauft. Bei allen Materialien verpflichten wir uns hohen ethischen Standards und werden auf faire Produktion und gute Qualität achten.

### **Die SOULBIKES (optional)**

Ein besonderes Highlight sind die SOULBIKES als Ergänzung zu den stationären Ständen der Gemeinden und Werke. Die SOULBIKES sind Lastenfahrräder, die in wenigen Sekunden zu einem Stand umgebaut werden können.

Die Firma CHURCHBIKE, die Hirsch 2023 gegründet hat, bietet diese Räder in Kooperation mit einem österreichischen Hersteller an. Sie können in Design und Ausstattung unendlich variiert werden. Für die SOULTRUCK Events wären Bikes im eigenen Design in den Ausstattungen ‚Coffee & Tea‘, ‚Ice Cream‘ und ‚Promo‘ empfehlenswert.

Die Idee ist, dass drei bis fünf dieser Räder während des Festivals über das Gelände fahren und die Mitarbeitenden des Connect-Teams Gespräche, Eis und Kaffee anbieten, Bibeln und Infomaterialien wie das SOULTRUCK-Magazin verteilen und dadurch die Chance erhöht wird, dass Menschen nicht nur ein schönes Event erleben, sondern auch wissen, welche Personen vor Ort auch im Nachhinein ansprechbar sind und welche Folgeangebote es in der jeweiligen Stadt gibt.

## **Die SOULTRUCK-Connect-Lounge**

Eine stationäre Möglichkeit, ins Gespräch mit anderen zu kommen, sei es unter den Festivalbesucherinnen und -besuchern oder mit Mitarbeitenden des SOULTRUCK-Connect-Teams, ist die Connect-Lounge. An einem zentralen Ort gibt es einen Doppelpavillon mit ‚Wohnzimmeratmosphäre‘. Hier sind Mitarbeitende des Teams rund um die Uhr ansprechbar. Es gibt einen kostenlosen Kaffee und folgende Angebote: Ein offenes Ohr, seelsorgliche Gespräche, Beratung hinsichtlich christlicher Angebote in der Stadt, Weitervermittlung an lokale Beratungsstellen bei persönlichen Problemlagen, die nicht am Stand selbst bearbeitet werden können, sowie Gebet und Segnung. Jeder und jede entscheidet sich selbst, an diesen Ort zu gehen und sucht aktiv das Gespräch. Dies entspricht unserer dienenden und anbietenden Grundhaltung, getreu dem Motto: ‚Alles kann, nichts muss.‘

## **Der SOULTRUCK-(Video)Podcast (optional) & die Marketing-Kampagne**

Um schon in einem frühen Stadium das Projekt bekannt zu machen, soll von Beginn an ein Podcast erscheinen. Hierin werden die einzelnen Planungsschritte, theologische Backgrounds, Musiker, Künstler und Sprecher, Orte und Gemeinden und vieles mehr vorgestellt. Die einzelnen Folgen sollen Lust auf die SOULTRUCK-Events machen und die Spannung heben. Zudem sollen sie der Erbauung und Ermutigung der Hörerinnen und Hörer dienen. Ein entsprechender Redaktionsplan wird vor Beginn des Projekts erarbeitet und mit der Zeit ergänzt.

Erst in einem späteren Stadium werden sich dann Social-Media und Print-Kampagnen anschließen. Ein entsprechendes Marketingkonzept wird mit einer externen Medienagentur und einzelnen Freelancern erarbeitet und umgesetzt.

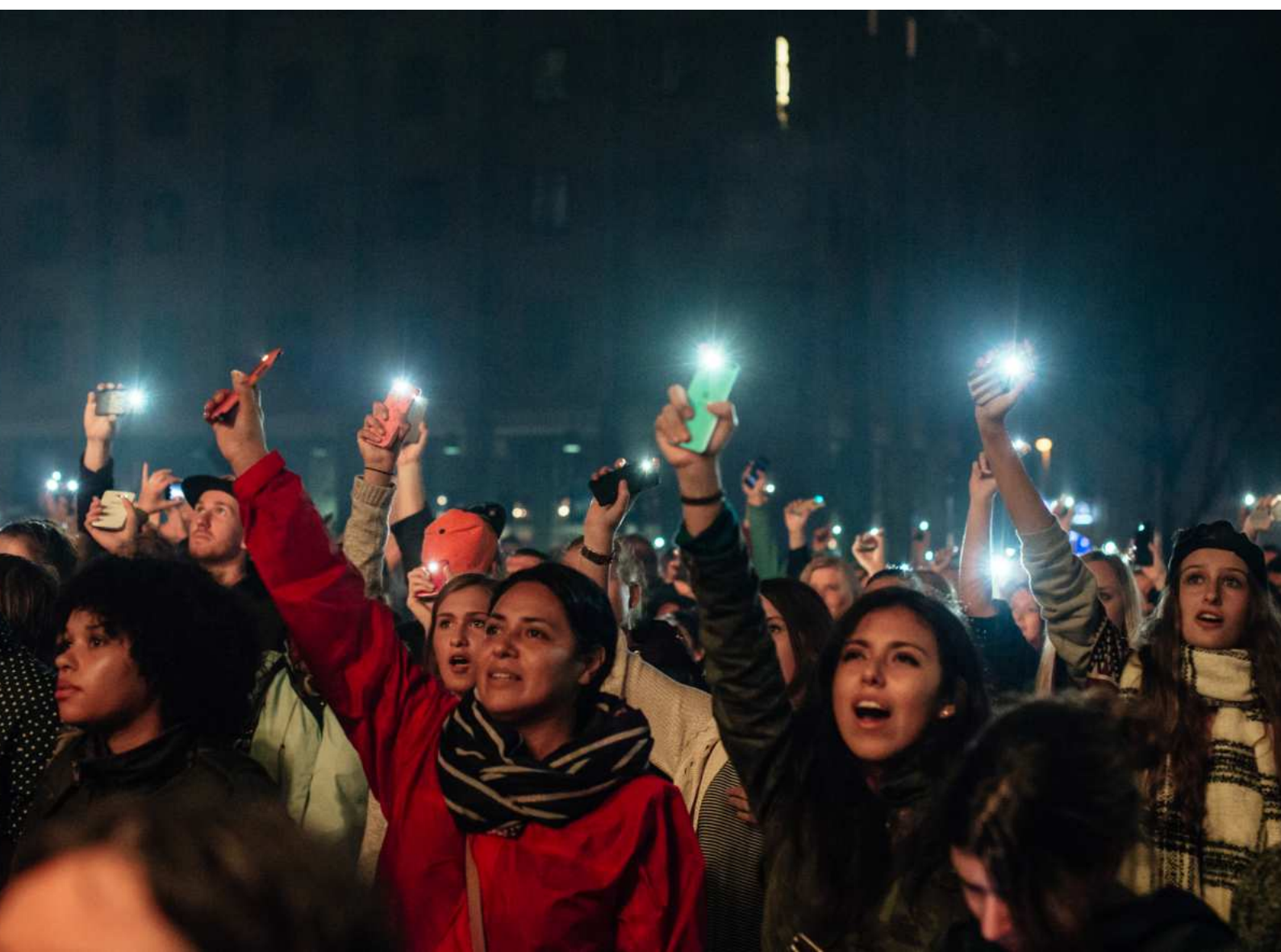
## **Wie könnte die SOULTRUCK-Tour 2027/28 aussehen?**

Die SOULTRUCK-Events sollen vor allem an Wochenenden oder an Feiertagen unter der Woche in den Monaten Mai bis September stattfinden. Damit stehen in etwa 20 Wochenenden zur Verfügung. Die bevorzugten Tage sind vor allem Samstage, aber auch Sonntage. An langen Wochenenden (Fronleichnam, Pfingsten, Christi Himmelfahrt, Ostern...) können aber auch Donnerstage, Freitage und Montage hinzukommen. Somit gibt es in etwa 50 mögliche Termine in einem Jahr, die wir, je nach Buchung auch bespielen können. Unsere Erwartung ist, dass wir im ersten Jahr zwischen 20 und 30 Events machen können. Unser Ziel wäre es, in allen Bundesländern in etwa gleich stark vertreten zu sein.

So könnten wir in der ersten Saison beispielsweise einige der folgenden Städte besuchen:

Berlin, Hamburg, München, Bremen, Wiesbaden, Schwerin, Düsseldorf, Saarbrücken, Magdeburg, Köln, Kiel, Frankfurt a.M., Stuttgart, Leipzig, Dortmund, Essen, Dresden, Hannover, Nürnberg, Bochum, Bielefeld, Bonn, Münster, Augsburg, Braunschweig, Chemnitz, Freiburg i.Br., Mainz, Erfurt, Kassel, Fulda, Potsdam, Osnabrück, Leverkusen, Heidelberg, Herne, Paderborn, Regensburg, Ingolstadt, Würzburg, Erlangen, Koblenz, Trier, Jena, Siegen, Cottbus.





## Was sind die ‚Milestones‘ des Projekts SOULTRUCK (2024-2028)?

### VORLAUFPHASE

#### Oktober/November 2024

Es wurde ein umfassendes Konzeptpapier und eine Präsentation für Freunde und Förderer erstellt, die Grundlage für alle weiteren Schritte ist

#### November/Dezember 2024

Es wurden Gespräche mit Förderern für drei Stellen geführt.

**Wenn bis hierhin keine Finanzierung der benötigten Stellen sichergestellt werden kann, verzögert sich der weitere Ablauf bis auf Weiteres. Erst nachdem die Stellen finanziert sind, können die weiteren Schritte umgesetzt werden.**

Das Projekt wird auf dem Kongress christlicher Führungskräfte präsentiert. Bis hierhin gibt es eine Broschüre.

### GRÜNDUNGSPHASE

#### Januar-August 2025

Die **SOULTRUCK gGmbH** wurde gegründet

Es wurden **Arbeitsverträge** mit den Referenten und der Verwaltungsleitenden geschlossen

Es wurde ein **Projektbüro** in Fulda eröffnet und alle Mitarbeitenden wurden technisch ausgestattet

Es wurden Projektförderer gefunden, Spendenziel: **1,5 Mio. Euro**

### PLANUNGSPHASE

#### September bis Dezember - Planungsphase I

- Die Marke SOULTRUCK ist aufgebaut und es gibt eine Marke und ein Branding, eine Broschüre, eine Büroausstattung (Briefpapier, Briefumschläge, V-Karten, Stempel etc.), eine Präsentation, eine Website und Social-Media-Kanäle
- Der SOULTRUCK-Podcast beginnt
- Der Beirat, bestehend aus allen Großspendern und Stellenförderern, ist gegründet und nimmt seine Arbeit auf
- Die Entwürfe für den SOULTRUCK liegen vor und er kann, zusammen mit der technischen Ausstattung, bestellt werden
- Es hat die Kontaktaufnahme mit bis zu 50 Gemeinden/Städten stattgefunden und es konnten mindestens 20 Städte gefunden werden, in denen 2028 ein SOULTRUCK Event stattfindet

## **Januar bis Juni 2026 - Planungsphase II**

- Es konnten Verträge zur Durchführung von Events mit mindestens 20 Städten geschlossen werden; Sicherheitskonzepte und weitere Dinge wurden gesichtet und bearbeitbar gemacht
- Der Tour-Plan 2028 steht fest
- Es liegt ein Marketingkonzept vor und alle Dateien für Werbematerialien, Werbetechnik etc. liegen vor; einzelne Roll-Ups, Beachflags, Banner sowie die Imagebroschüre liegen bereits gedruckt vor

## **Juli bis Dezember 2026 - Planungsphase III**

- Es finden Visionstage in mindestens 20 Städten statt dadurch können ca. 1000 ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gefunden werden
- Das SOULTRUCK-Handbuch liegt vor und kann bereits an die Visionsteams an den unterschiedlichen Orten überreicht werden
- Es wurden gemeinsam mit den Verantwortlichen vor Ort (Visionsteams) zielgruppenorientierte Programme für die einzelnen Orte entwickelt; dies geschah auf einem gemeinsamen Wochenende in Fulda mit ca. 200 Teilnehmenden
- Musiker, Sprecher und Künstler konnten für die einzelnen Events gewonnen werden und entsprechende Verträge wurden geschlossen

## **Januar bis Juni 2027 - Planungsphase IV**

- Der SOULTRUCK ist geliefert und komplett ausgestattet; im kleinen Rahmen wird der Truck getestet und optimiert
- Das Programm der Training Days steht fest und das Programmheft kann ebenfalls an die Partner vor Ort versendet werden
- Es finden erste Seminare im Rahmen der Training-Days statt
- Alle Materialien, insbesondere Pavillons, SOULBIKES und Werbetechnik sowie der Truck, wurden angeschafft, getestet und gelagert

## **Juli/August 2027 - Prototyping**

- Um das Konzept des SOULTRUCKS zu testen, werden zwei Events in einem kleineren Umfang (Prototyp), jedoch mit denselben Ansprüchen an die Qualität, veranstaltet und Umfragen unter Mitarbeitenden und Teilnehmenden durchgeführt



## **SCHLUSSPHASE**

September bis Dezember 2027 - Optimierungsphase

- Es finden weitere Seminare im Rahmen der Training Days statt
- Die Erkenntnisse des Prototypings werden verarbeitet und angewendet
- Das SOULTRUCK-Magazin liegt in einer Auflage von 20.000 Stück vor
- Der Nightliner ist angeschafft und ausgestattet
- Es wurden für alle Handcraft-Markets Händler gefunden (8-15 pro Ort), die dort ihre Waren verkaufen
- Es wurden Gastronomen gefunden, die das Streetfood-Festival rund um die Events bespielen bzw. unser eigenes Streetfood-Angebot ergänzen
- Es wurde ggf. ein eigener Foodtruck angeschafft, ausgestattet und getestet

**Januar bis April 2028 - ‚Heiße Phase‘ (Letzte Vorbereitungen)**

- Es finden letzte Seminare im Rahmen der Training Days statt
- Die große Werbeoffensive ist gestartet und wird bis zum Ende mindestens zwei Millionen Menschen erreichen

## **TOURPHASE**

**Mai bis September 2028**

- Es finden SOULTRUCK-Events in ca. 20 Städten statt
- Auf allen Events werden Umfragen gemacht, um Erkenntnisse für die Weiterentwicklung des Projekts zu gewinnen

## **REFLEXIONSPHASE**

**September 2028**

- Die vergangene Tournee wurde hinreichend reflektiert
- Es findet ein feierlicher Abschluss der letzten drei Jahre und der Tournee mit einer Farewell-Party für alle Beteiligten in Köln statt





DENN DU MACHST ALLES NEU  
SCHÖNHEIT FÄLLT WIE DER REGEN

DAS  
BESTE  
SONNEN  
HERZ

## **Alles auf einen Blick: Was wird benötigt und was kostet das?**

### **Der Bühnentruck**

Im Zentrum der Anschaffungen steht der Bühnentruck. Eine Einzelaufstellung der einzelnen Geräte folgt zu einem späteren Zeitpunkt.

Kosten inkl. technischer Ausstaung: ca. 700.000 Euro

### **Der Nightliner**

Um mobil zu sein und keine Zeit zu verlieren und obendrein noch Hotelkosten zu sparen (ca. 25.000 Euro bei 14 Personen und 20 Städten), soll ein Nightliner mit 14 Schlafplätzen angeschafft werden. Zudem kann dieser Nightliner für uns wichtige Einnahmen generieren, da der Markt an gut ausgestatteten und neuwertigen Nightlinern in Deutschland aktuell nicht gesättigt ist.

Kosten: 400.000 Euro

### **Der Sattelschlepper mit Gabelstapler**

Der Sattelschlepper mit Gabelstapler transportiert alle technischen Geräte, die nicht montiert bleiben können sowie alle anderen Materialien wie Pavillons, Lastenräder, Werbetechnik etc.

Kosten: 180.000 Euro

### **20 Pavillons und Infrastruktur**

Um das Areal für das Rahmenprogramm einheitlich gestalten zu können, stellen wir entsprechende Pavillons mit einer Grundausstattung (Theke, Beleuchtung etc.) den Ausstellern zur Verfügung. Die Pavillons sind in erster Linie für die Gemeinden, kirchliche Werke/Partner, den Verkauf von CD`s und Merchandising der Künstler und der SOULTRUCK gGmbH und die Connect Lounge gedacht. Essen und Trinken wird über Foodtrucks (extern und eigene) verkauft

.

Kosten: ca. 30.000 Euro

### **Spielgeräte für das KIDS-Paradies inkl. Walking Acts und kleiner Bühne**

Für das KIDS Paradies soll es Hüpfburgen, Rollrutschen und vieles mehr geben. Außerdem werden unsere Maskottchen „Tom“ und „Flo“ hier präsent sein und den kleinen Gästen ein Lächeln ins Gesicht zaubern. Eine kleine Bühne, auf der Kinderliedermacher und Puppenspieler auftreten und zudem Kindergottesdienste bzw. Katechesen stattfinden, runden das Angebot für die Kleinsten und ihre Eltern ab. Die Betreuung der Geräte und Kinder geschieht durch die Ehrenamtlichen der lokalen Gemeinden.

Kosten: ca. 50.000 Euro



## **Foodtruck**

Um selbst an den Umsätzen durch Essen und Trinken beteiligt zu sein und auf eine positive Weise auch den Bereich der Verköstigung missionarisch zu nutzen (siehe oben) sollen nach Möglichkeit zwei Foodtrucks angeschafft werden, einer für Getränke, einer für Speisen.

Kosten inkl. aller Materialien: ca. 100.000 Euro

## **Vier Soulbikes**

Um mit den Menschen in Kontakt zu kommen, sollen neben den Ständen auch die sogenannten SOULBIKES über das Areal fahren. An Ihnen werden Kaffee, Eis und vor allem persönliche Gespräche angeboten. Vier Räder wären in Anbetracht der zu erwartenden Größe der einzelnen Festivals angebracht.

Kosten: ca. 60.000 Euro

## **Marketing und Werbetechnik, inkl. Markenaufbau, Branding der Fahrzeuge, Podcast, Magazin, Werbematerialien, Website, App und Social Media Marketing**

Um auf das Event über alle heute zur Verfügung stehenden Kanäle, digital und analog, aufmerksam zu machen, das Event von vornherein zu begleiten (Podcast), auch durch das Branding der Trucks und Nightliner für Aufmerksamkeit zu sorgen, in einem einheitlichen Design aufzutreten, vom Hinweisschild für die Toiletten über Welcome-Beachfags an den Eingängen bis hin zu einem gut gestalteten Infostand nebst Connect Lounge und den Besucherinnen und Besuchern gut sortierte Informationsmaterialien zur Verfügung zu stellen (z.B. das SOULTRUCK-Magazin) braucht es einen Etat in dieser Größenordnung. Die Kosten sind aktuell nur ungefähr zu schätzen.

Kosten: ca. 80.000 Euro

## **Merchandising**

Um Einnahmen auch durch den Verkauf von Merchandising-Artikeln zu generieren soll eine kleine Modekollektion in Kooperation mit christlichen Modedesignern entstehen. Zudem lassen wir die üblichen Dinge produzieren, die man gerne mal von einem Festival mitnimmt.

Kosten: ca. 15.000 Euro

## **Büroausstattung**

Um gut arbeiten zu können braucht es ein Projektbüro mit entsprechender Ausstattung. Dies betrifft Möbel, Laptops und Tablets, Kaffeemaschine, Büromaterial, Präsentationsmaterialien (Beamer, Moderationskoffer, Flipcharts, Pinnwände etc.) uvm. Auch für die Training Days werden diese Dinge benötigt.

Kosten: ca. 10.000 Euro

## Links

### „Lichter der Hoffnung“ - Festivals in Köln und Frankfurt



DEUTSCHE WELLE  
BERICHT KÖLN + K&P



AFTERMOVIE  
KÖLN



AFTERMOVIE  
FFM



YOUTUBE  
KÖLN & FFM

### „Light up the Dom“ - Festival 2019 in Fulda



TEASER  
FULDA



AFTERMOVIE  
FULDA

## ONE HEART - CATHEDRAL



im Kölner Dom  
GANZER GOTTESDIENST



Kölner Dom  
RECAP



im Fuldaer Dom  
GANZER GOTTESDIENST



Fuldaer Dom  
RECAP

### B.A.S.E. Gottesdienste in Fulda



### Folgeangebote in Fulda



## Kontaktpersonen



**Dr. Björn Hirsch**

bjoern-hirsch@gmx.de



**Thomas Enns**

t.enns@koenigeundpriester.de



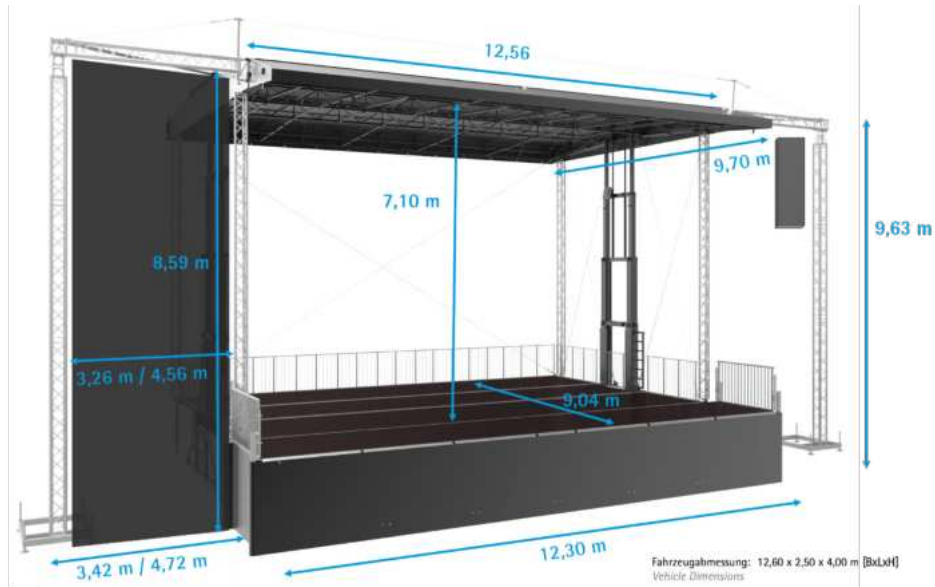
**Jonathan Enns**

j.enns@koenigeundpriester.de

### Sonstiges

# DREAM WITH US

## ALLES IST MÖGLICH





Aktuell sind die Planungen noch nicht im Detail abgeschlossen. Daher planen wir ein extra Budget ein. Es wäre denkbar, dass wir Bibeln anschaffen, um sie nach der Lebensübergabe oder am Infostand zu überreichen (5.000 Stück). Auch die ‚Bibelkekse‘ sind ein schönes Vehikel, um Menschen mit der Frohen Botschaft in Verbindung zu bringen (25.000 Stück). Solche und weitere Dinge fallen in diesen Bereich.

Kosten: ca. 50.000 Euro

## **Anschaffungskosten gesamt: 1.675.000 Euro**

### **Laufende Kosten**

Personalkosten (inkl. Büro)	720.000 Euro
Freelancer für die Tour (Fahrer, Techniker, Foto- und Videografen...)	150.000 Euro
Sicherheitspersonal vor Ort	50.000 Euro
Benzin, Verpflegung, Wartung	50.000 Euro
Gagen für Künstler	200.000 Euro
Projektauto (Leasing für drei Jahre)	10.000 Euro
Computerprogramme, Lizenzen, Versicherungen, GEMA	30.000 Euro

## **Laufende Kosten gesamt (gesamte Laufzeit von drei Jahren): 1.310.000 Euro**

### **Gesamtkosten: 2.985.000 Euro**

Pro Kopf-Kosten bei 100.000 zu erwartenden Besucherinnen und Besuchern: rund 30,00 Euro

Hinzu kommen mehrere Millionen erreichter Menschen durch Social Media, TV, Radio, Print etc.

### **Zu erwartende Einnahmen: 800.000 Euro**

durch Kollekten, Verkauf von Speisen und Getränken sowie Merchandising, durch Lizenzen für Fernsehproduktionen, Standgebühren, Beteiligungen der Gemeinden vor Ort uvm.



#### **Spendenkonto für die Vorfinanzierung:**

Stiftung der Eckstein  
Kreissparkasse Köln • DE53 3705 0299 0038 0003 73 • COKSDE33XXX

**Verwendungszweck: One Heart Vision - SOULTRUCK**  
(Bitte geben Sie ihre Adresse an, damit wir Ihnen die Spendenquittung zukommen lassen können)

## Zum Schluss: Unsere ‚Vision 2027‘

Im Buch der Sprüche heißt es: „Ohne Vision verkommt das Volk“ (Sprüche 29,18). Unsere Vision ist klar und soll hier in Zahlen ausgedrückt werden. Alles, was nicht in Zahlen ausgedrückt werden kann, ist nicht direkt messbar und liegt im Bereich dessen, was Gott aus unserem Projekt entstehen lassen wird.

- ✓ In 20 Städten haben SOULTRUCK Events stattgefunden
- ✓ 100.000 Personen haben als Besucherinnen und Besucher an den Events teilgenommen
- ✓ 40.000 Personen hatten zuvor keinen oder nur sehr unregelmäßigen Kontakt zu Kirche
- ✓ 25.000 Personen haben die SOULTRUCK-App heruntergeladen
- ✓ 20.000 SOULTRUCK-Magazine wurden verteilt
- ✓ 7.500 Personen haben sich für Folgeangebote angemeldet oder bereits an ihnen teilgenommen
- ✓ 2.500 Menschen haben eine Heimat in einer Gemeinde vor Ort gefunden
- ✓ 2.000 Menschen haben bereits auf den Events ihr Leben Jesus übergeben
- ✓ 1.500 Ehrenamtliche haben sich an den unterschiedlichen Orten engagiert
- ✓ 500 Ehrenamtliche haben an den Training Days teilgenommen
- ✓ Durch Kollekten und den Verkauf von Speisen, Getränken und Merchandising sowie die Standgebühren konnten 800.000 Euro eingenommen werden, durch die die Hälfte der laufenden Kosten gedeckt werden konnten
- ✓ Über Social Media, Streamingdienste, Radio, TV und Print konnten insgesamt 10 Millionen Menschen erreicht werden
- ✓ Am Ende der ersten Tour-Phase haben wir bereits Spendenzusagen von 500.000 Euro sowie 30 Interessenten für die Tour im kommenden Jahr 2028
- ✓ Die Finanzierung der Stellen ist auch für die kommenden drei Jahre sichergestellt

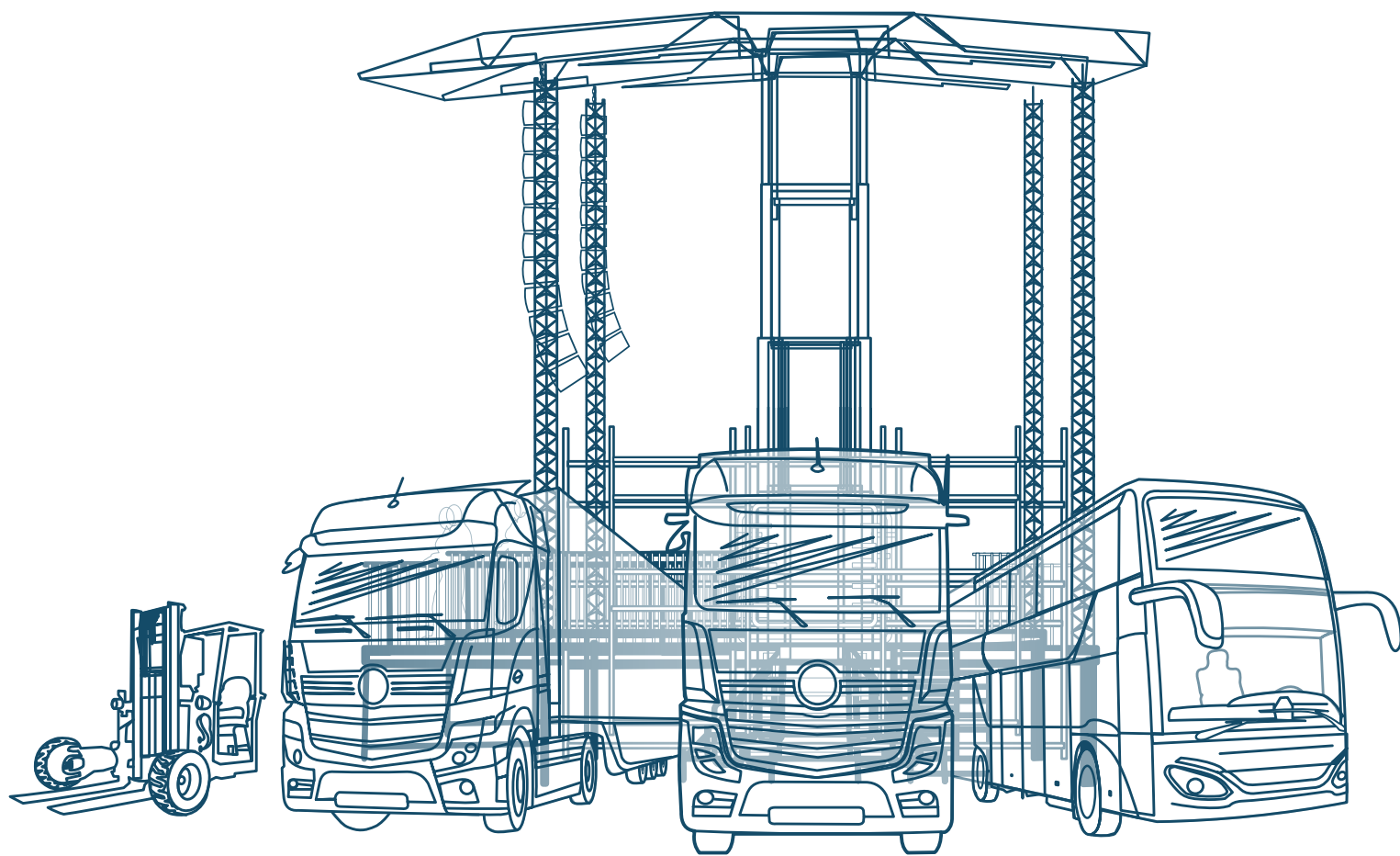
**Lasst uns gemeinsam unser Land verändern!**







one  
heart  
**SOULTRUCK**  
TRAUM - VISION - KONZEPT



**WERDE TEIL DER VISION**



**DER  
ECKSTEIN  
STIFTUNG**

Spendenkonto für die Vorfinanzierung:

Stiftung der Eckstein  
Kreissparkasse Köln  
DE53 3705 0299 0038 0003 73  
COKSDE33XXX

Verwendungszweck: One Heart Vision - SOULTRUCK

**[www.oneheartvision.de](http://www.oneheartvision.de)**

