



WERKZEUGE und METHODEN

Arbeitsunterlage mit Checklisten zu den wichtigsten Wachstumsfaktoren

Der Vorteil von Checklisten ist, dass man im Unterschied zum reinen Brainstorming alle Ideen, Gedanken und Vorschläge in eine Struktur bringt und fortlaufend daran weiterarbeiten kann.

Was gehört alles z.B. zu einer pfarrlichen Willkommenskultur?

Oder man nutzt eine Checkliste für das Ziel, die Musik bei Gottesdiensten so zu erneuern, dass sie zu Gottesbegegnung und neuer Attraktivität führt. Bei uns gibt es ja überdurchschnittlich viele talentierte und ausgebildete Menschen. Im Sinne der Gabenorientierung sind sie eine große Chance, um die Musik in Gottesdiensten so zu innovieren, dass diese auch für Kirchenferne anziehend werden und sie Gott und die Gemeinschaft als etwas Bereicherndes und Erhebendes erleben.

Diese Aufzählungen kann man jederzeit ergänzen, man kann sie in Bereiche gliedern, man kann in den Zusatzspalten bewerten, Ist-Zustände analysieren und Verbesserungsvorschläge sammeln. Und man kann die Checkliste, wie der Name sagt, nutzen, um zu überprüfen, was tatsächlich umgesetzt wurde und was die einzelnen Maßnahmen bewirkt haben.

Natürliche Gemeindeentwicklung: NGE-Pfarrprofil

Misst den aktuellen Stand der acht Wachstumsqualitäten durch Befragung von mindestens 30 Menschen, die das Pfarrleben kennen und mitgestalten plus den Pfarrer

Analogiemethode

Anhand profaner Dienstleister oder Lebenssituationen wie z.B. Tankstelle, Einkaufszentrum, Gruppenreise, Restaurant, Schule, Opern- oder Theaterbesuch, Familienfeier, Flughafen, Sportverein etc. überlegt man sich, welche Aspekte jeweils MUST`s sind, welche NICE TO HAVE`s und welche NO-GO`s. Erst dann sucht man einen pfarrlichen Bereich aus und setzt diesen in Analogie zu den einzelnen benannten Punkten.

Dabei werden scheinbare banale Dinge plausibel, wie z.B. dass ausreichend Parkplätze oder saubere und verfügbare WCs heute als Basisfaktor unerlässlich sind.

Außerdem führt die Debatte, ob etwas unerlässlich ist oder nicht, zur notwendigen Werte- und Zieldiskussion, aus der heraus auch eine gemeinsame zündende Vision entwickelt werden kann.

Partnerpfarre suchen:

Bietet die Chance, die eigenen Horizonte zu überschreiten, anderes kennenzulernen, sich Feedback zu geben, auf neue Ideen zu kommen und last, but not least: neue Freunde und Kollegen zu finden!

Box A – Box B

Box B meint die Ergebnisse, die man erreichen will. Warum macht man z.B. einen Firmelternabend? Oder eine Wallfahrt? Oder eine Sozialaktion?

Box A meint alles, was man einsetzt bzw. tut, um die gewünschten Ergebnisse zu erreichen: Geld, Zeit, Ressourcen, Infrastruktur, Bewerbung, Maßnahmen etc.

Die einfache, aber nicht immer leichte Übung ist, von Box B aus zu denken, zu planen und umzusetzen. Box B soll wachsen, Box A kleiner werden.

Basisfaktoren vs. Begeisterungsfaktoren

Erstere sind „Eh-klar“-Dinge, die sich jedermann erwartet. Werden Basisfaktoren nicht erfüllt, ist man enttäuscht und wendet sich ab, auch wenn es tolle Begeisterungsfaktoren gibt.

Bei einem PKW z.B. sind das ein Fahrtüchtigkeit, Sicherheit, Sparsamkeit und gewisse Ausstattungsmerkmale. In einer Pfarre zählen dazu einerseits allgemein übliche Selbstverständlichkeiten (vgl. Analogiemethode zum Definieren derselben), andererseits spezifische Erwartungen an Kirche und Christen: Freundlichkeit, Freude, Humor, Einfühlungsvermögen, Gottvertrauen, Vergebung etc. Wenn diese mangelhaft sind oder sogar ins Gegenteil kippen, hat das äußerst abstoßende Auswirkungen.

Was begeistert in einer Pfarre? Nach den Erfahrungen wachsender Kirchen bei Gottesdiensten v.a. eine freundliche offene Atmosphäre, eine relevante Predigt und v.a. die Musik, weiters herzhaft gelebte Nächsten- und v.a. Armenliebe, Kleingruppen von FreundInnen und ein Klima der Barmherzigkeit. Das herablassende Be- und verurteilen einzelner oder ganzer Gruppen sind absolute No-Go's!

Arbeit mit Metaphern

Klingt einfach, ist es auch und zugleich sehr wirkungsvoll, wenn man es ernst nimmt.

Wie bei den Gleichnissen Jesu kann man sagen: Unsere Pfarre ist wie ... eine Tankstelle, eine Baustelle, ein Orchester, ein Garten etc.

Wichtig ist es, die einzelnen Teile und ihre Funktionen für das Ganze zu benennen. Dann können diese mit der Frage angewandt werden: Was oder wer ist das dann in unserer Pfarre?

Gleichzeitig kann man fragen: Welche Prinzipien stehen hinter jedem dieser Systeme? Ein Garten z.B. lebt z.B. auf der ganzen Welt davon, dass Bodenbeschaffenheit, Klima, Bewässerung, Schutz vor Feinden etc. beachtet werden. Also: Egal, wie ein Garten äußerlich aussieht, gibt es überall dieselben Prinzipien, die beachtet und auf den Kontext angewandt werden müssen.

Polaritäten nutzen

Viele Themen können auf die eine oder die andere Weise betrachtet werden. Man kann z.B. als Pfarrer stark leiten und/oder andere bevollmächtigen, ihre Gaben einzubringen und Verantwortung zu übernehmen. Oder statt zu fragen: „Ist jemand kommunikativ oder nicht?“ kann man schauen, ob jemand eher dynamisch aktiv ist oder eher zurückhaltend und zuhörend. Oder beim Thema Vision: Da gibt es die einen, die Visionen gut entwickeln können und die anderen, die für Visionen durch Vorleben begeistern. Versuchen Sie es: Fast jedes Thema lässt sich als Polarität darstellen! Viele hilfreiche Tipps dazu finden Sie unter Dem „Wertequadrat“ von Schulz von Thun.

Je besser es gelingt, solche Polaritäten nicht als verfeindete Gegensätze zu sehen (entweder – oder), sondern als zwei Spielarten einer Qualität (sowohl – als auch), umso eher werden Polaritäten zu einem fruchtbaren Spannungsfeld. Außerdem bewahrt die jeweilig gegenüberliegende Polarität vor der negativen Übertreibung.

Sind Ziele oder Maßnahmen SMART?

- S – spezifisch (manchmal auch: strategisch)
- M – messbar
- A – aktionsorientiert, attraktiv, ambitioniert
- R – realistisch
- T – terminiert

Spezifisch: Ein Ziel soll konkret, eindeutig und präzise formuliert werden und nicht als vager Wunsch oder fromme Absichtserklärung

Messbar: Um die Erreichung eines Zieles zu prüfen, muss ein Ziel messbar sein. Bei quantitativen Zielen ist das relativ einfach. Schwerer fällt es bei qualitativen Zielen.

Fragen Sie sich: Woran genau merke ich, dass ich das Ziel erreicht habe?

Aktionsorientiert, attraktiv, ambitioniert: Das Ziel soll positiv und aktionsorientiert formuliert werden. Ihr Ziel sollte Ihnen Vorfreude bereiten. Ein Ziel, das Ihnen widerstrebt, werden Sie mit großer Wahrscheinlichkeit oder nur mit großer Mühe und Disziplin erreichen. Es soll auch ehrgeizig genug sein, um Kräfte zu wecken.

Realistisch: Ihr Ziel kann ruhig hochgesteckt sein. Ambitionierte Ziele fordern uns. Sie dürfen uns aber nicht überfordern. Das Ziel muss erreichbar sein. Für ein unerreichbar scheinendes Ziel werden Sie keine Motivation aufbringen. Da ist Frust vorprogrammiert.

Terminiert: Zu jedem Ziel gehört ein klarer Termin, bis wann das Ziel erreicht sein soll. Wenn ein Ziel nicht terminiert ist, schiebt man es immer vor sich her. Der Termin ist das entscheidende Merkmal eines echten Zieles.

Aufstellungen

Bei thematischen Diskussionen kann man die wichtigsten Thesen im Raum verteilt sichtbar machen und dann alle einladen, „Standpunkt“ zu beziehen, sich also dort hinzustellen, wo man die These befürwortet oder ablehnt. Man kann gegenteilige Thesen auch auf gegenüberliegenden Wänden postieren und den Abstand dazwischen als Skala nutzen, wo sich alle entsprechend ihrer Meinung aufstellen. Erst nach dieser non-verbalen, aber für alle sichtbaren Kommunikation kann man dann einzelne bitten, ihren Standpunkt auch verbal zu begründen. So sind alle eingebunden, nicht nur diejenigen, die gerne reden ...

Körperskala

Alle stehen im Kreis. Eine Abfrage wird in Thesenform gemacht, z.B.: ich esse gerne Fleisch! Daraufhin nutzen alle ihre Hand, um Zustimmung oder Ablehnung zu signalisieren. Zustimmung heißt: Hand ganz oben, Ablehnung: Hand ganz unten – Zwischenstufen sind daher gut möglich. Auch hierbei handelt es sich um eine non-verbale Kommunikation. Nicht immer muss man nachfragen, v.a. wenn es eher um Stimmungsbilder geht. Bei Sachthemen kann es aber zur inhaltlichen Vertiefung günstig sein, auch verbalen Argumenten Raum zu geben.

Weglassen

Fast alle leiden unter einem ständigen Zuviel. Die Metapher des Obstbaumschnitts kann helfen, herauszufinden, was gekürzt oder weggelassen werden soll. *Denn das Ziel des Schnitts ist ja nicht Verkleinerung, sondern größere Fruchtbarkeit!*

Daher soll analysiert werden, was zwar Aufwand verursacht, aber kaum oder zu wenige Wirkungen hat. Das bedeutet zu lernen, von der „Box B“, also von den Früchten, den erhofften Ergebnissen her zu denken und Bisheriges zu beurteilen. Sämtliche Maßnahmen und aller Aufwand, also die „Box A“, soll im Blick darauf ausgemistet, fokussiert oder auch reduziert werden:

- „Hits“ identifizieren und konsequent weiter verbessern
- Diese öfter und für neue Zielgruppen anbieten, evtl. in modifizierter Form
- Was muss beendet werden, weil es weder Qualität noch Wirkungen hat?
- Erst dann überlegen, ob und was an Neuem begonnen werden soll

Pastorale Standardsituationen erneuern

Oft wird Neues begonnen, weil das Bisherige unbefriedigend ist. Die herkömmliche Seelsorge enttäuscht in ihren Wirkungen, also flüchtet man in tolle neue Dinge. Das löst aber nicht die alten Probleme...

Daher ist es wichtig, wiederkehrende Standardsituationen wie z.B. Taufe, Erntedank, Caritassammlung usw. nach folgendem Frageraster zu verbessern:

- Was wollen wir erreichen – Box B?
- Was wird bisher immer dafür gemacht – Box A?
- Welche Ideen gibt es, um bessere Früchte zu erzielen – Box B?
- Was können wir davon tun – Box A?

Dies gilt v.a. für pastorale Aktivitäten, die man nicht weglassen oder einfach beenden kann.

Die drei Phasen von Innovation

Ob aus guten Ideen auch erfolgreiche Umsetzungen werden, hängt auch davon ab, ob man die drei Phasen beachtet und richtig steuert.

- In der Kreativphase sollen zu einem bestimmten Thema oder Problem möglichst viele, auch verrückte und ungewöhnliche Ideen gesammelt werden. Dazu gibt es eigene wirkungsvolle Methoden mit klaren Spielregeln
- In der Planungsphase entscheidet man sich für einige dieser Ideen und macht einen realistischen Plan. Hier sind andere Gaben gefragt!
- Aus den Entwürfen bzw. Plänen entscheidet man sich für einen, der nun umgesetzt wird. Viele glauben, damit sei der Fall erledigt. Mitnichten, denn nach der Umsetzung zeigt sich, dass im Schnitt nur eines von zehn Projekten die Ergebnisse bringt, wozu es eigentlich angegangen wurde.

Kärtchenmethode

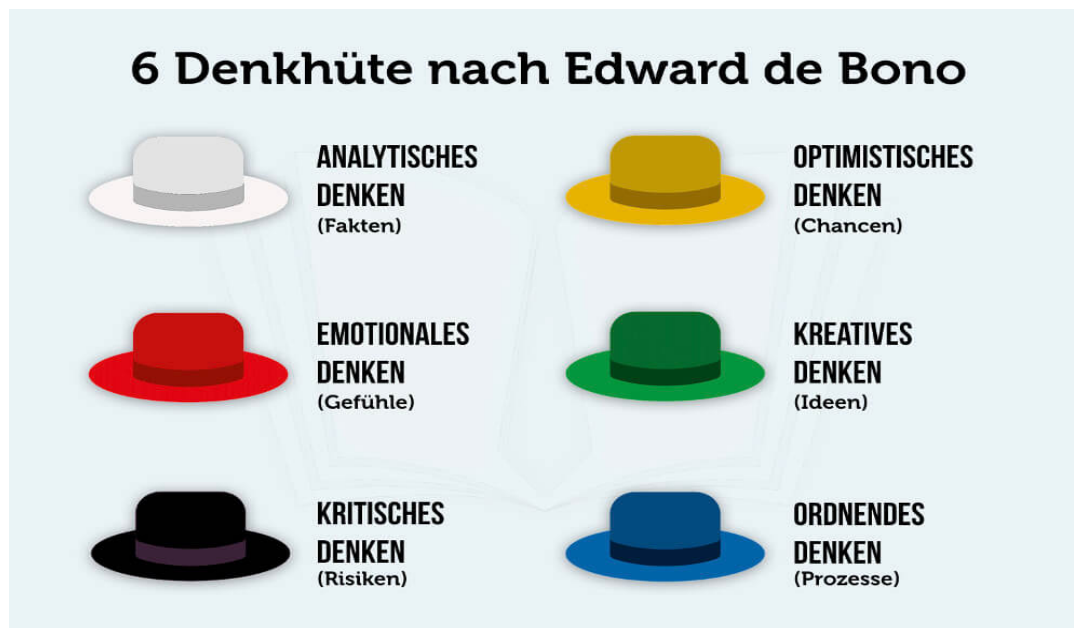
Alt, aber gut: Um Gespräche zu strukturieren, soll man zunächst einmal in Ruhe einzeln arbeiten, Ideen und Gedanken auf Kärtchen notieren lassen. Dann erst werden diese sichtbar für alle gesammelt. Je nach Aufgabenstellung können diese dann auf einer Pinnwand gleich in Unterthemen zugeordnet oder auch nach Kriterien bewertet werden.

Expertenrunde

Optimal, wenn man viele Themen in kurzer Zeit behandeln will. Die Themen werden in Gruppen behandelt. Die Gruppen lösen sich wieder auf und ordnen sich neu, sodass jede/r von vielen anderen etwas mitbekommt:

- Zuerst teilt sich die ganze Gruppe auf die jeweiligen Themenbereiche auf und bespricht diese
- Dann sammeln sich alle und verteilen sich z.B. auf sechs Gruppen (1-6 durchzählen und alle 1er gehen zusammen usw.)
- Dort stellt jeder sein/ihr Thema vor

6-Hüte Methode



- **Weiß:** Neutrales, sachliches Denken. Objektiver Überblick über verfügbare Fakten, Zahlen etc. Keine subjektive Meinung einbringen, nicht bewerten.
- **Rot:** Subjektives, emotionales Denken. Sowohl positive als auch negative Emotionen sollen genannt werden. Auch Widersprüchliches ist erlaubt.
- **Schwarz:** Pessimistisches Denken, Advocatus Diaboli. Objektive Einwände, Zweifel, Risikoanalyse etc., keine Emotionen.
- **Gelb:** Optimistisches Denken. Positive Argumente unterstreichen Chancen und Vorteile der Thematik. Auch hier möglichst objektiv bleiben. Emotionen im roten Hut lassen.
- **Grün:** Innovation und Kreativität. Querdenken, Andersdenken, Neudenken. Keine Kritik und Bewertungen. Keine Rücksicht auf vorhandene Ressourcen, Einschränkungen etc.
- **Blau:** Strukturelles Denken. Ordnung und Überblick in das Gesagte bringen. Der „realistische“ Hut. Konkrete nächste Schritte planen.