

PROVOZIERENDE THESEN ALS LOCKSTOFF

GENERIERT AUS DEN PROJEKTEN „FIT FÜRS FEIERN“ UND „LUST AUF ANDERE“ (2011-2015)

1. Grund-Orientierung ist für die Arbeit am Aufbruch und an Veränderungsprozessen notwendiger als Zielorientierung. Eine neue Orientierung an unseren (Glaubens)Quellen ist gefragt.
2. Persönlichkeiten bzw. Persönlichkeitsbildung ist primär gefragt – Sozialtechniken sind hilfreich, aber stets sekundär.
3. Gottesdienst ist seinem Wesen nach Feiern: Wir „halten“ und „machen“ nicht Gottesdienste, sondern wir feiern sie.
4. Grundsatz mit Folgen: Die jeweilige Botschaft des einzelnen Gottesdienstes, den wir feiern, hat diese schon sinnenfreundlich *im selben Gottesdienst* zu üben. Du predigst über „Stille im Advent“ -> ermögliche den ersten Schritt dazu gleich jetzt noch! Oder: „Wir wollen die KonfirmandInnen in unserer Gemeinde freundlich begrüßen und begleiten“ -> lass' dir etwas einfallen, dass dies sinnenfreundlich im Anschluss an die Predigt bereits zeichenhaft spürbar geschieht.
5. Eine Kirche des Wortes braucht unbedingt die „Verkostung“ (Ignatius: „Nicht das viele Wissen nährt die Seele, sondern das Verkosten.“)
6. Im Zuge der Reduktion von Komplexität hin zu einer Elementarisierung wesentlicher Inhalte (Sachrelevanz, Alltagsrelevanz, methodische Relevanz, Wahrheitsrelevanz) muss das methodisch-sinnlich-leiborientierte Repertoire abseits von Powerpoint und Moderatorenkoffer bedacht werden: auch (aus der spielpädagogischen und interkulturellen Ecke stammenden) Übungen, Spiele und Infotainment helfen einer Beseelung für das Neue. Powerpoint allein reicht nie fürs Change Management.
7. Wer, wenn nicht der Experte, kann die komplexe Sachmaterie reduzieren?
8. Wissen, das im Leib nicht Raum gewinnt und zu Haltung und Handlung wird, ist stets nur Halbwissen.
9. Die wahren Experten für das, was der Ort braucht, befinden sich stets schon vor Ort. Dabei brauchen wesentliche Veränderungen mehr Zeit und intensivere von außen gestützte Weggefährtschaft, die die Schätze vor Ort erschließt und fruchtbar morderiert.
10. Sinus-Milieu-Kennntnis als Tool zur optimierten Zielgruppenbestimmung bietet keinen wesentlichen Beitrag für Neuaufbrüche. Denn die Landkarte von Amerika macht uns noch lange nicht zu Amerikanern. Sinus und die Milieuperspektive überhaupt aber hilft die Augen zu öffnen für eine größere Verständnis-, Wertschätzungs- und Anerkennungskultur unter uns (Haltungsänderung und erste Zuwendungsbewegung). Daraus *kann* eine Willkommenskultur erwachsen.

11. Milieuverknüpfende und milieuübergreifende Grund-Gaben und -Früchte des Glaubens sind neu wertzuschätzen: bspw. Güte, Authentizität, Rückgrat (s. z.B. Diakonissen in der Drogenarbeit). Wertschätzende Zuwendung ist ein Schlüssel zu den Herzen. Wo uns das Evangelium durchdringt, kommen wir von der Aus- und Abgrenzung zur Umarmung.
12. "Erfolg" ist stets multikausal, auch wenn wir Menschen stets einfache monokausale Erfolgslinien nachzuzeichnen wünschen (z.B. Personenkult).
13. Erfolgreiche Aufbrüche haben immer viele Gesichter und entsprechende Ressourcen. Best-Practice-Modelle sind von daher allenfalls Inspirationsfutter für die Lage am eigenen Ort – stets in der Gefahr zu Blenden und die klare Sicht zu verhindern. Best-Practice-Modelle sind begrenzt, denn am eigenen Ort hat man NIEMALS die Ressourcen, die die anderen haben. (vgl. das VFB-Team)
14. Der größere Wert als die kongruente Umsetzung eines Ideals ist dessen kontextuelle Einpassung und Stimmigkeit vor Ort.
15. Das Neue kommt in die Welt durch einzelne Charismatiker, die ihr Ding machen. Die Mächtigen in Kirche und Jugendarbeit tun gut daran, sich in einer Kultur der Ermöglichung, der Raumgabe, des Freiraums zu üben.
16. Da Gewohnheiten eine mächtige Schwerkraft und Beharrungsresistenz aufweisen, kommt das Neue leichter in die Welt, wenn wir es zunächst stets als Versuch, in einer Art Testphase einüben und in unserer Arbeit wachsen lassen – und dann, zu gegebener Zeit bilanzieren.
17. Die kürzeste und förderlichste Formel für das innovative Handeln einer glaubwürdigen Kirche ist m.E. die: „Beten und Tun des Gerechten“ (D. Bonhoeffer) Oder: „Beten – Bedürfnisse der Mitmenschen entdecken – ressourcengemäß handeln“ (S. Kaupp).
18. Erfolgreiche Projekte haben stets auch ihren Preis. (-> Wird dieser auch kommuniziert?) Es geht um *ganze* Wahrheiten bei der Kommunikation von Erfolgen - nicht um Halbwahrheiten. Jede Lichtgestalt wirft auch Schatten – allerdings wird das auf den Bühnen von Kirche und Jugendarbeit nur selten ersichtlich. Fördern wir eine mutige von der fehlertoleranten Gnade Gottes getränkte aufrichtige Kirche und Jugendarbeit?
19. Eine Zentralstelle bzw. Projekte, die an einer Zentralstelle angedockt werden, neigen leicht dazu, nur die Defizite vor Ort zu sehen – nicht aber, was schon da und gewachsen ist. Braucht es mehr „Schatzheber“, Ressourcenentdecker?
20. Woher wissen wir genau, dass dort, wo wir „Bedarf“ entdecken, auch tatsächlich Bedarf ist? Wie evaluieren wir? Wie kommunizieren wir dies in unser System (zurück)?

Steffen Kaupp, Projektpfarrer EJW, Ende Sep 2015
steffen.kaupp@ejwue.de