

PRAXISIMPULS

Eine Angebotsstrategie entwickeln

Eine Angebotsstrategie ist ein auf die Zukunft ausgerichtetes Konzept der Angebote, die in ihrem inneren Zusammenhang dargestellt werden. Sie ist auf die Situation der Kirchgemeinde abgestimmt, basiert auf deren Stärken und Potenzial und ist klug vernetzt. Sie nimmt die Vielfalt der Menschen ernst und achtet auf verschiedene gleichwertige Zugänge.

Eine Zusammenstellung der bestehenden Angebote in einer Gemeinde ermöglicht eine Standortbestimmung. Die Angebote können nach Zielgruppen, Handlungsfeldern, nieder/mittel/hoch geordnet werden. Hilfreich ist es, sie auf Flipcharts zu visualisieren und nebeneinander aufzuhängen. So werden auf einen Blick die Ballungen und Lücken sichtbar.

Vorgehen

Schritt 1: Zielgruppen definieren → siehe Beispiel 1

Schritt 2: Grundstruktur für die Angebotsaufnahme definieren, mit folgenden Elementen:

- Zielgruppeneinteilung
- Zugänglichkeiten: nieder/mittel/hoch
- Vier Handlungsfelder: Alltags-, Lern-, Feier- und Kulturkirche
- Wichtige Querthemen für die Kirchgemeinde/Pfarrei (Beispiele: Tourismus, Ökumene)
→ siehe Beispiel 2

Schritt 3: Bestehende Angebote auf Kärtchen aufnehmen, dabei Zielgruppe, Handlungsfeld, nieder/mittel/hoch zuordnen.

Schritt 4: Pro Zielgruppe ein Plakat mit den Angeboten für sie erstellen, in den entsprechenden Handlungsfeldern und Zugänglichkeiten → siehe Beispiel 3

Schritt 5: Gemeinsame Analyse der Angebotslandschaft.

- Wo schlägt das Herz? Was macht Freude?
- Worin besteht unser Erfolg?
- Wo sind wir stark?
- Was sind die Herdfeuer, was die Leuchtfeuer?
- Wo sind wir innovativ?
- Wo besteht Potenzial für Innovation? Was möchten wir weiterentwickeln?
- Was ermüdet und strengt an?
- Wo besteht Handlungsbedarf?
- Worauf verzichten wir? Was streichen wir?

Zu Kapitel 7: Angebote

- Wo stellen wir Bedürfnisse und Interessen fest, die wir noch aufnehmen möchten? (Defizite)
- Wo und mit wem vernetzen wir uns?

Schritt 6: Zukünftige Leitlinien für die Angebotsstrategie entwickeln: Was ist für uns für die Zukunft wichtig, mit Blick auf Ressourcen und Potenziale → siehe Skizze 4 (letzte Seite).

Schritt 7: Zukünftige Herdfeuer, Leuchtfeuer und Innovationsfelder bestimmen → siehe Beispiel 5

- *Herdfeuer* werden die Basis-Angebote genannt, die für die Kirche aufgrund ihres Auftragsverständnisses unverzichtbar sind. Es ist die Grundversorgung beziehungsweise der Service. public mit Seelsorge, Unterricht, klassischem Sonntagsgottesdienst, Besuch in Altersheimen.
- Mit *Leuchtfeuer* bezeichnen wir die Highlights und Spezialitäten, die viel Zuspruch finden, eine Ausstrahlung haben und Begeisterung auslösen.
- *Innovationsfelder* heissen jene Bereiche und Angebote, die die Kirchgemeinde ausbauen will, weil sie Potenzial für die Zukunft haben. Das kann auch etwas völlig Neues sein.

Schritt 8: Falls eine ganze Region involviert ist, die Resultate zusammendenken; Schwerpunkte ausarbeiten.

Leitlinien für das Entwickeln einer Angebotsstrategie

- Auf Beziehungen setzen → Kirchgemeinde als gastlicher Sozialraum.
- Auf Freude, Talente, Herzblut und Interessen setzen.
 - bei Mitarbeitenden, Freiwilligen, Gemeindegliedern, Akteuren vor Ort.
 - Zusammenspiel zwischen den Interessen/Talenten der Zielgruppen und Mitarbeitenden.
- Perspektiven der Menschen aufnehmen → Gespräche führen mit Gemeindegliedern, Zielgruppen, Fachpersonen, anderen Kirchgemeinden ...
- Angebote entwickeln für Menschen mit unterschiedlichen Kirchenbezügen: nah, wohlwollend, distanziert.
- Schwerpunkte setzen, Spezialitäten entwickeln (Leuchttürme/Herdfeuer) → bewusst reduzieren.
- Interdisziplinäre Zusammenarbeitskultur stärken durch vernetzen, verbinden, zusammenwirken.
- Niederschwellige Zugänge entwickeln; auf einen ausgewogenen Mix zwischen niederschwellig, mittelschwellig und hochschwellig achten.
- Handlungsfelder verbinden.
- Fördern der Eigeninitiative von Jung bis Alt.
- Fördern von autonomen Gruppen.

Zu Kapitel 7: Angebote

Beispiel 1: mögliche Zielgruppenübersicht



Beispiel 2: Grundstruktur für die Angebotsaufnahme der Kath. Pfarrei Bruder Klaus Liestal

Pfarrei Bruder Klaus Liestal

GRUNDSTRUKTUR für die Angebotsaufnahme

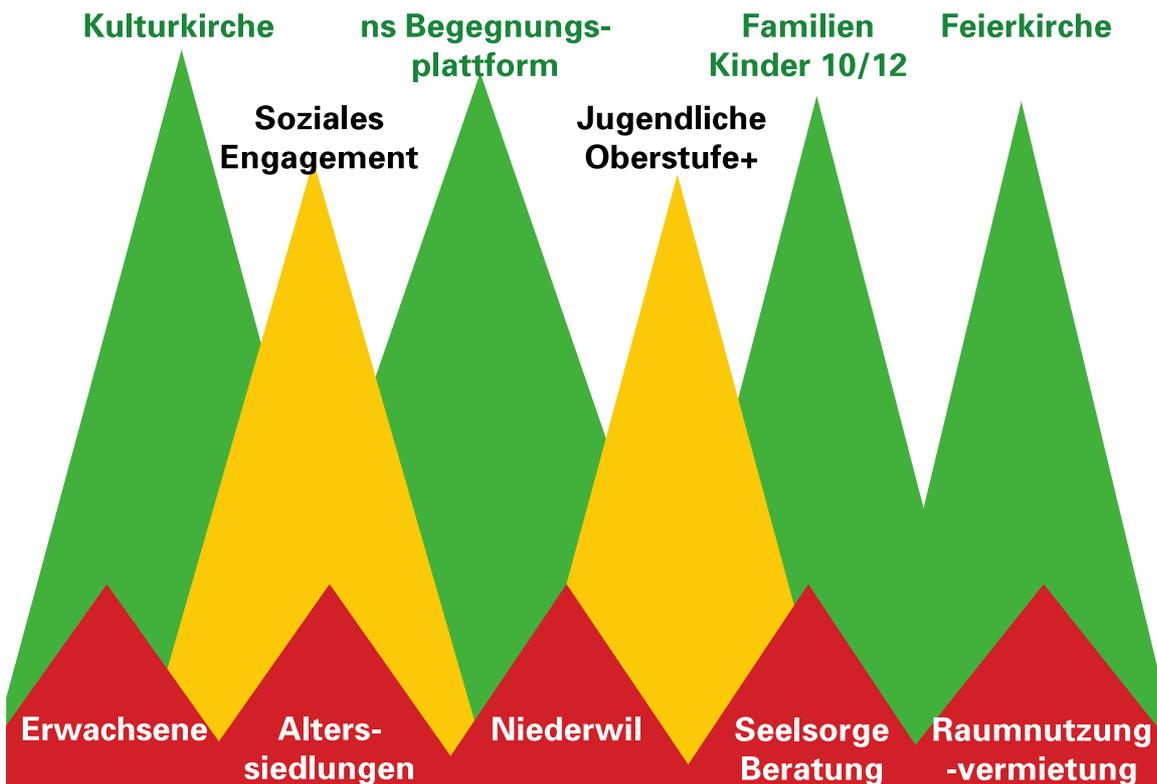
Arbeitsbereiche		Zugänglichkeit	Handlungsfelder (HF)						
			Alle 4 HF	Alltagskirche	Lern kirche	Feier kirche	Kultur kirche	Kombinationen	
Hauptzielgruppe (HZG)	1 Familien, Kinder Teenies bis 10/12	Lokal – Regional – Kantonal (kirchlich, ausserkirchlich)	niederschwellig						
	2 Jugendliche 13-18 Mädchen, Buben								
	3 Junge Erwachsene 19-27 Frauen, Männer								
	4 Erwachsene 27-65		mittelschwellig						
	5 Senioren 65+								
	6 Erwachsene in Altersinstitutionen								
	7 Generationennetz		hochschwellig						
Querthemen									
Reichweite	A Kirchenbezug								
	B Migrationsgemeinschaften								
	C Pastoralraum								
	D Interkonfession Interreligion								
	E Gesellschaftlich vernetzt, ausserkirchliche Partner								
	F Mitwirken bei Projekten + Angeboten anderer								

Zu Kapitel 7: Angebote

Beispiel 3: zwei Plakate aus der Angebotsaufnahme der Reformierten Kirche Flawil



Beispiel 5: Zukünftige Angebotsstrategie der Reformierten Kirche Flawil



Skizze 4: Aspekte für eine zukünftige Angebotsstrategie (Skizze von Danielle Cottier)

