



DIE FRAGE NACH DER NÜTZLICHKEIT/QUALITÄT

CIC Can 913 §1

„Damit die heiligste Eucharistie Kindern gespendet werden kann, ist erforderlich, dass sie eine **hinreichende Kenntnis** und eine **sorgfältige Vorbereitung** erhalten haben, so dass sie das Geheimnis Christi **gemäß ihrer Fassungskraft** begreifen und den Leib des Herrn gläubig und andächtig zu empfangen in der Lage sind.“

DIE BEGRIFFE

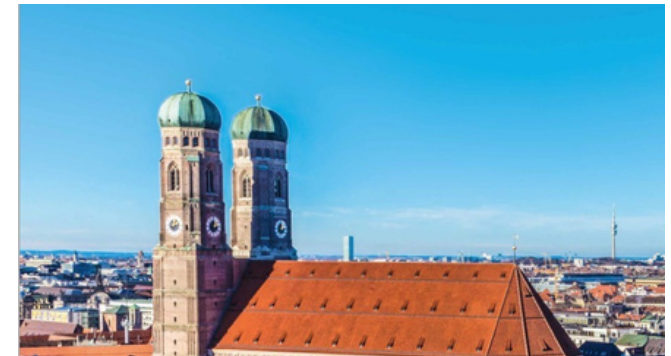
Erfolg =

die Erfahrung der positiven Wirkung
der eigene Tätigkeit,
die beim handelnden Subjekt ein Gefühl
der Befriedigung auslöst.

Qualitas=

Beschaffenheit, Merkmal, Zustand

1. Die *Summe* aller Eigenschaften eines Objekts oder Prozesses (neutral)
2. Die *Güte* aller Eigenschaften eines Objekts oder Prozesses (bewertend)



Arbeitsfeldübergreifende Zielformulierungen

Das Handeln der Erzdiözese soll sich zukünftig in allen Angebotsbereichen stärker an der Wirkung ausrichten.

In allen Arbeitsfeldern wurden daher Wirkungskriterien entlang der sieben Zieldimensionen sowie teilweise entlang der zusätzlichen Wirkungsdimension der Qualität entwickelt.

Diese Wirkungskriterien, die sowohl der Vorbereitung von Priorisierungsentscheidungen dienen als auch begründen, wie das kirchliche Handeln Wirkung entfaltet und dadurch biblisch gesprochen reiche Frucht bringt, unterscheiden sich grundsätzlich nach Arbeitsfeldern (und in Teilen nach Angebotsgruppen bzw. -bereichen).

Gleichzeitig gibt es jedoch **zentrale Wirkungskriterien**, die übergreifend gelten, wie u. a. Anzahl der Nutzer/innen (von Angeboten), Zufriedenheit der Nutzer/innen oder die Durchdringung der kirchlichen Angebote im Sozialraum.

Für alle Angebotsgruppen bzw. -bereiche in allen Arbeitsfeldern ist der Bezug zu mindestens einem – meist aber zu mehreren – der Grundvollzüge gegeben.

Die inhaltlichen Schwerpunktsetzungen wurden arbeitsfeldspezifisch diskutiert. Die Ergebnisse dieser Diskussion sind den Dokumentationen der Arbeitsfeldergebnisse zu entnehmen.

Ein wesentliches Ergebnis der Arbeitsgruppen stellte die Festlegung von Wirkungskriterien und die Beschreibung der Wirkung von Angeboten anhand dieser dar. Es wurden für jede Zieldimension sowie zur Qualität Wirkungskriterien formuliert. Nachfolgend werden exemplarische Wirkungskriterien wiedergegeben, die von mehreren Arbeitsfeldern ausgewählt wurden.

Angebote in der Fläche

- Durchdringung der kirchlichen Angebote im Sozialraum
- Physische Erreichbarkeit der Angebote für Nutzer/innen
- Bestehen von Qualitätsstandards in der Fläche und Prüfung dieser im Flächenvergleich

Zielgruppenorientierung

- Bekanntheit und Klarheit der definierten Zielgruppen unter den Anbieter/innen
- Anteil der Angebote, die auf prioritäre Zielgruppe ausgerichtet sind
- Anteil der Angebote, die auf neue Zielgruppen ausgerichtet sind

Inhaltliche Strategie

- Bekanntheit, Verständnis und Reputation der Angebote in der Gesellschaft/ im Sozialraum
- Nachvollziehbarkeit und Intensität des Bezugs zu einem oder mehreren Grundvollzügen

c. Inhaltliche Vernetzung im Sozialraum

- Existenz eigener dezentraler Pastoralenkonzepte im Sozialraum sowie Qualität und Anwendung dieser durch die Seelsorger/innen vor Ort⁴

Innovation

- Innovation der Angebotsformen auf die spezifischen Lebenswirklichkeiten und Bedarfe
- Nachhaltigkeitsfortschritt als Beitrag zur sozialen, ökologischen (und ökonomischen) Gerechtigkeit gegenüber allen Bewohnern der Erde bzw. zur Generationengerechtigkeit
- Digitalisierungsfortschritt inhaltlicher Angebote

Rolle des Ehrenamtes

- Zufriedenheit der Ehrenamtlichen und freiwillig Engagierten
- Existenz und Akzeptanz von Formen der Wertschätzung der Ehrenamtlichen und freiwillig Engagierten
- Existenz und Konsistenz der Anwendung von Konzepten zum Einsatz Ehrenamtlicher und freiwillig Engagierter

Finanzen, Ressourcen & Vernetzung

- Anzahl der Nutzer/innen
- Auslastung des Angebots
- Kostendeckungsgrad
- Vernetzung personeller und finanzieller Ressourcen

Immobilien & Immobilienstrategie

- Höhe der totalen Gebäudekosten/ Betriebskosten nach Häufigkeit und Dauer der Kontakte je tatsächlichem Nutzer/ je tatsächlicher Nutzerin
- Auslastung der Immobilie
- Konzeptionelle Schritte im Bereich der gemeinsamen Immobiliennutzung

Qualität

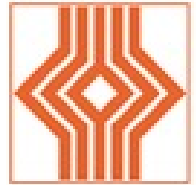
- Zufriedenheit der Nutzer/innen
- Beitrag des Angebots zur Lebensqualität bzw. zu Zielen und Wünschen der Nutzer/innen
- Intensität und Tiefe der Beziehung zu anderen Glaubensgemeinschaften vor Ort



Wie stiften wir Nutzen?



Was macht uns sexy?



Zur Wirkung seelsorgerlicher Gespräche:

Die Zufriedenheit mit der seelsorgerlichen Begegnung ist enorm:

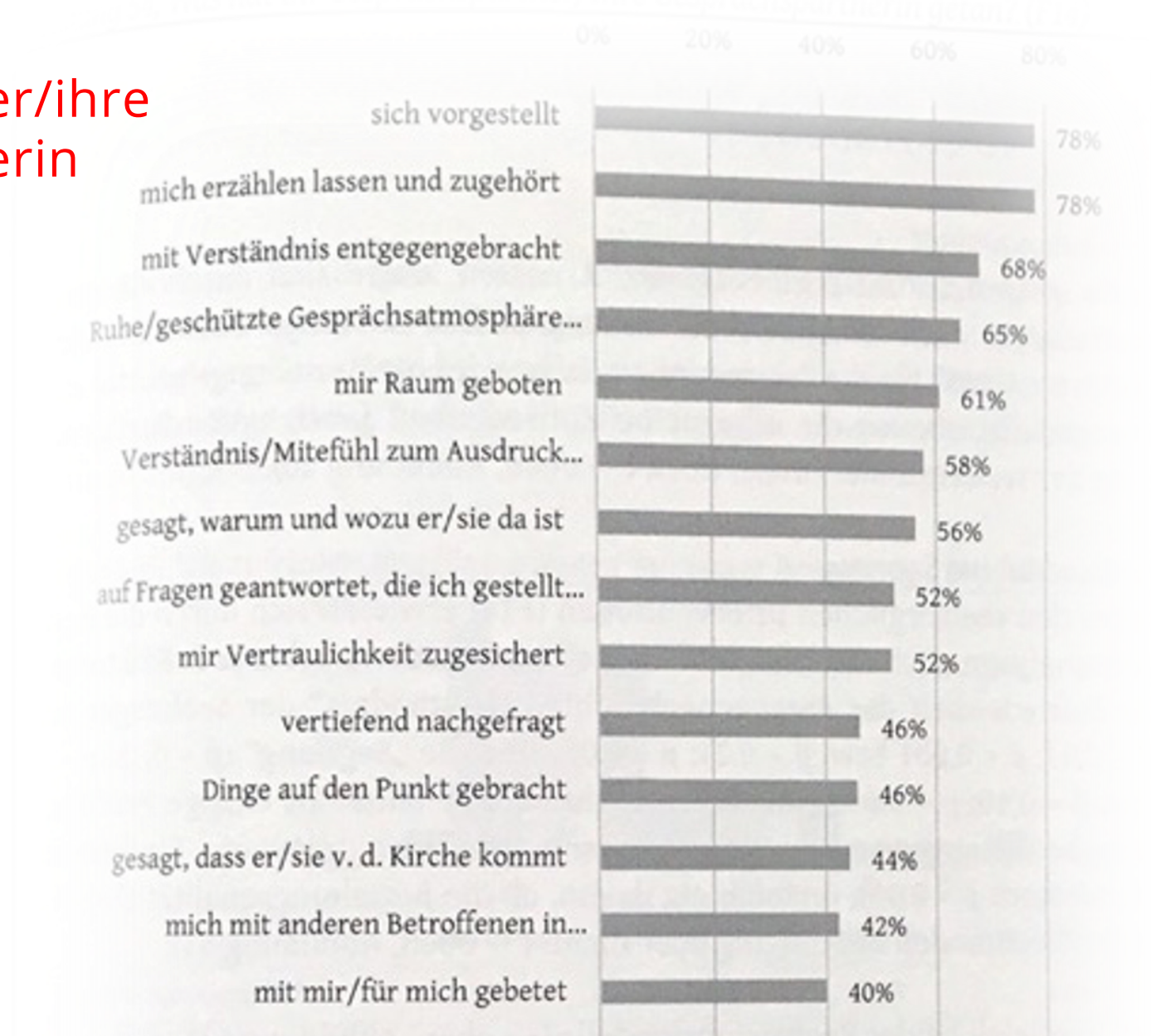
- 94% sind mit der Begegnung insgesamt zufrieden
- 93% sind mit der Qualität der Beziehungsgestaltung durch die SeelsorgerInnen sehr zufrieden
- 90% der Befragten fühlten sich verstanden, akzeptiert oder getröstet
- Als Verbesserungswunsch wird fast ausschließlich „mehr Zeit“ genannt
- Die Zufriedenheit steigt mit der Dauer; Dauer ist damit ein

Wirkfaktor zusammen mit:

- Qualität der Beziehungsgestaltung
- entgegengebrachtem Verständnis
- Person der Seelsorgerin/des Seelsorgers



Was hat ihr Gesprächspartner/ihre Gesprächspartnerin getan?





Fazit:

Beziehungsgestaltung im Sinn von:

Ø Verzicht auf hierarchisches Gefälle in der Beziehung

Ø Gemeinschaft statt professionelle Distanz

Ø Haltung der „Absichts- bzw. Anspruchslosigkeit“

führt zum Missionsparadox:

**Gerade religiöse Unaufdringlichkeit weckt
Interesse für religiöse Angebote.**

**Gerade der Verzicht auf missionarische
Absichten, schafft missionarische Gelegenheiten.**

Die Bibel ist eine Schatztruhe voller Visionen und Zielformulierungen!

Die Vision:

Gott beseitigt den Tod für immer. Gott, der Herr wischt die Tränen ab von jedem Gesicht. Offb 21,4

Lk4,18-19 bzw. Jes61,2: Der Geist Gottes hat mich gesandt, damit ich alle Trauernden tröste.

Biblischer Auftrag wird zum kirchlichen Ziel.

Im Modus der Dienstleistung gelten best. Faktoren:

- Erreichbarkeit nach dem Sterbefall
- Termintreue
- positive Rückmeldungen nach Trauergespräch und Beerdigung

= Kundenorientierung in der Trauerpastoral?!?

Mit Zielen pastorales Handeln planen, fokussieren und gestalten

ZIEL= eine konkrete Vorstellung von einem in der Zukunft liegenden, wünschenswerten Zustand.

»Damit entsteht Perspektive, Motivation, Orientierung und Sinn!

»Zwingt zum Nachdenken über die Ausrichtung des eigenen Handelns, zur Suche nach gemeinsamen Lösungen und zwingt dazu Ressourcen überlegt einzusetzen.

»*Gegen*: falsche Konfliktvermeidung durch fehlende Schwerpunktsetzung!
Denn Ziele brauchen Entscheidungen!

»*Gegen*: organisierte Undeutlichkeit durch Verzicht auf präzise Zielformulierungen! Denn nur konkrete Ziele sind echte Ziele!

»*Gegen*: Akzeptanz von Wirkungslosigkeit! Denn Ziele brauchen Zielgruppen!

Ziele **S.M.A.R.T** formulieren

S	spezifisch	Das Ziel ist möglichst klar und so präzise wie möglich formuliert.
M	messbar	Die Zielerreichung ist überprüfbar.
A	attraktiv / akzeptiert	Das Ziel ist lohnend und anziehend.
R	realistisch	Die Zielerreichung ist möglich und durch eigenes Handeln erreichbar.
T	terminiert	Der Zeitpunkt ist festgelegt, bis wann das Ziel erreicht sein soll.



Firmung mit Wirkung

