



Damit die Kirche von Dinslaken eine gute Zukunft hat: Auf dem Weg zu einer Pastoralstrategie, die den Menschen dient

Die anstehenden Entscheidungen hinsichtlich der Seelsorge in Pfarrei und Gemeinden und hinsichtlich der Ausstattung mit entsprechenden Ressourcen (Gebäude, Personal, ...) sollen auch auf Basis von pastoralen Vorüberlegungen gemacht werden. Eine der wesentlichen Vorüberlegungen ist eine sogenannte „Pastoralstrategie“.

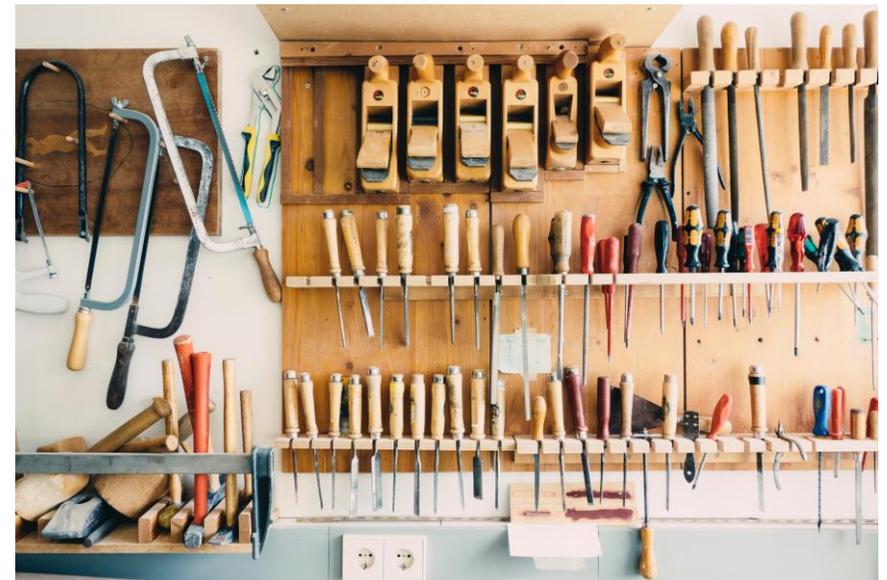
Was ist eine Pastoralstrategie? Und wozu soll sie gut sein?

„Pastoralstrategie, was ist denn das jetzt schon wieder? Konzepte, hinter denen viel Arbeit steckt und die dann doch in der Schublade verschwinden. Papier, Papier, Papier Wir müssen in der Kirche handeln, anstatt Konzepte schreiben. Das Evangelium muss doch wohl reichen. Alles Wichtige steht doch schon in der Bibel.“ Ja, so kann man es sagen. Und richtig, es geht um ein Handeln nach dem Evangelium. Allerdings braucht es dafür die richtigen Werkzeuge und das Evangelium muss übersetzt werden ins Hier und Heute, also in unsere Situation in Dinslaken.

Zu dieser Situation gehört allerdings auch die nüchterne Feststellung, dass Ressourcen, die bislang unhinterfragt vorausgesetzt werden konnten, schon heute, mehr aber noch in Zukunft, nicht mehr vorhanden sind: Geld, ehrenamtlich Engagierte und hauptberufliche Mitarbeitende, Seelsorgerinnen und Seelsorger.

Die Pastoralstrategie ist *ein* Werkzeug, das dabei hilft, das Evangelium **glaubwürdig und mit den vorhandenen Mitteln** zu leben und zu verkünden, und zwar *heute und erst recht in den nächsten Jahren*.

Deshalb stellen wir die Pastoralstrategie hier als Entwurf vor und freuen uns, wenn Sie durch eine Rückmeldung (Online-Umfrage) Ihre Gedanken beisteuern. Die Strategie geht alle an und deshalb soll sie von vielen mit erarbeitet werden.





Der Entwurf der Pastoralstrategie für die Katholische Kirche Dinslaken besteht aus drei Teilen:

1. Die Beschreibung des Grundauftrages
2. Strategische Vorentscheidungen
3. Strategische Linien zur Verteilung der vorhandenen Ressourcen

1. Die Beschreibung des Grundauftrages

Hier sind wir ganz nahe am Evangelium und am Auftrag der Kirche.

Am Grundauftrag, der biblisch-theologisch fundiert ist, werden wir in der Gemeindegarbeit und in der Pastoral der Pfarrei zukünftig immer wieder Maß nehmen müssen.

Natürlich kann dieser Grundauftrag auch anders formuliert sein. Wir sind gespannt, ob im Rahmen der Konsultation andere Vorschläge genannt werden.

Grundauftrag

Die Menschen auf kreative, d.h. schöpferische Weise **mit dem Evangelium in Berührung bringen** und **Sakrament sein**, d.h. Zeichen für die Liebe Gottes zu den Menschen und Werkzeug dafür



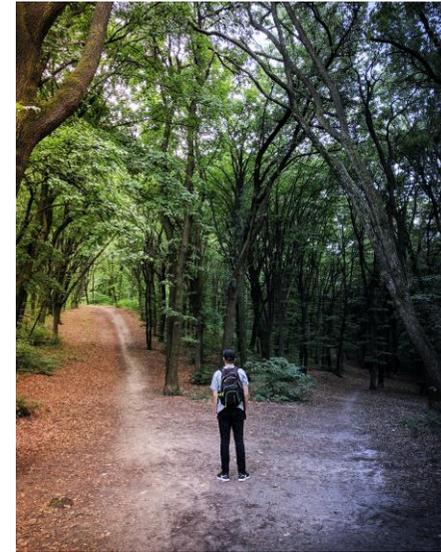
Mit diesen Worten ist unser Grundauftrag als Kirche in Dinslaken in Dinslaken umschrieben. Den Glauben leben und Menschen mit dem Evangelium in Berührung bringen ist der Zweck (purpose) unseres Handelns als Christen und damit Maßstab für alles, was wir im Rahmen der Gemeindegarbeit und Pastoral anbieten, tun und lassen.

2. Strategische Vorentscheidungen

Die knapper werdenden Ressourcen zwingen zukünftig zu Vorentscheidungen. Nicht alles, was uns bislang lieb und teuer war, wird auch in Zukunft funktionieren. Mit Blick auf den Grundauftrag sind wir jedoch **herausgefordert, dass Evangelium *allen* Menschen anzubieten.**

Das erfordert allerdings eine neue Gewichtung bei der Ressourcenverteilung. Über diese Gewichtung soll die Pastoralstrategie Auskunft geben. Und auch hieran werden wir in Zukunft Maß nehmen.

Im Kern geht es bei diesen Entscheidungen darum, zukünftig Menschen in den Blick zu nehmen, die bislang nicht im Fokus unserer Angebote standen, Angebote zielgruppenorientiert zu setzen und Experimente also neue Formate in der Pastoral zu wagen.



Strategische Vorentscheidungen

1. Unser Handeln nimmt in weitaus stärkerem Maße Menschen in den Blick, die von bisherigen Angeboten *nicht oder nur punktuell angesprochen werden* und diese nutzen (95-98% der Kirchenmitglieder) und Menschen, die bislang nicht mit der Frohen Botschaft in Berührung gekommen sind.
2. Unser Handeln ist schwerpunktmäßig auf bestimmte Zielgruppen ausgerichtet:
 - auf Menschen im jeweiligen Sozialraum, z.B. sozial benachteiligte Menschen / Menschen, die in ihren Möglichkeiten zur Teilhabe am gesellschaftlichen Leben eingeschränkt sind.
 - Menschen in bestimmten Lebensphasen (Kinder, Jugendliche, Erwachsene, Senioren).
 - Menschen in bestimmten Lebenssituationen (Familie/Kinder, Alleinerziehende, ...).
 - Menschen mit besonderen religiösen Bedürfnissen, z.B. dem Bedürfnis nach Spiritualität.
3. Unser Handeln setzt gleichermaßen auf bewährte und auf *neue Formate, die projekthaft-experimentellen Charakter* haben

3. Strategische Linien

In der Zusammenführung von Grundauftrag und Vorentscheidungen lassen sich drei Linien (siehe Tabelle) identifizieren, anhand derer Menschen mit dem Evangelium in Berührung gebracht werden. Hier geht es nicht darum, Menschen in ein Schema zu pressen, sondern unterschiedliche Lebenssituationen zu identifizieren, in denen sie etwas von der Kirche erwarten. Für ein erstes Verstehen und für die Konsultation reicht es aus, zunächst auf die Zielgruppen / Adressaten zu schauen. Die Fußnoten bieten Beispiele zur Verdeutlichung.

Strategische Linien

	1	2	3
Zielgruppen / Adressaten	Menschen, die ihren Glauben in Gemeinschaft leben wollen ¹ (Alltag)	Menschen, die kirchliche Dienstleistungen punktuell in Anspruch nehmen wollen ² (Lebenswenden)	Menschen, die auf der Suche nach Sinn sind und von bisherigen Angeboten nicht angesprochen werden / die bislang nicht mit der Frohen Botschaft in Berührung gekommen sind ³ (Gelegenheiten, Pop up)
Beziehung / Vergemeinschaftung	traditionelle Formen der Vergemeinschaftung (bisherige Nutzer), neue Formen (neue Nutzer)	Stabile aber distante Beziehung (geschäftsmäßig mit Tonalität/Herz)	Fluide, passagere Beziehung
Angebote / Form der Unterstützung/	Rahmen schaffen, Ermöglichung, Unterstützung der Selbstorganisation ⁴	Dienstleistung, Adressatenorientierung, Qualität ⁵	neue, experimentelle Formen, adressaten- und beteiligungsorientiert ⁶
Struktur / Organisation	Gemeinden (lokal und virtuell/thematisch), kleinräumig ⁷	Zentrum (und Dependancen), zentral ⁸	Touchpoints, variable, wechselnde Orte ⁹
Prozesse	Charismen- und gemeinschaftsorientiert	Produktorientiert und adressatenorientiert	Situations- und erfahrungsorientiert
Ressourcen <small>(wenn Handlungsmodelle klar sind: differenziert Finanzen, Immobilien, Support Personal)</small>	x %	x %	x %

¹ Gottesdienstbesucher; „praktizierende Christen“; Engagierte in Gremien; Gruppen und Verbänden; etc.

² Trauernde im Fall einer Beerdigung; Taufeltern; Paare, die kirchlich heiraten möchten; Familien der Erstkommunionkinder; Hilfe bei Beglaubigung von Urkunden; etc.

³ Spirituell Suchende; Erstkommunioneltern, die etwas über ihren eigenen Glauben erfahren möchten; praktizierende Christen / Engagierte, die tiefer in ihrem Glauben hereinwachsen möchten; Verliebte / Paare, die sich unter dem Segen Gottes stellen möchten; etc.

⁴ Schulung / Coaching; Räume zur Verfügung stellen; Unterstützung durch das Pfarrbüro z.B. bei der Öffentlichkeitsarbeit; Einbettung in die Prozesse der Pfarrei und des pastoralen Raumes; Budgetierung; etc.

⁵ Einfache, transparente und nachvollziehbare Bearbeitungsprozesse; klare Sprache, die verstanden wird; etc.

⁶ Gottesdienste (z.B. Valentinsgottesdienst, Karnevalistengottesdienst, Schulgottesdienste, ...); Glaubenskurse; Meditationsangebote; etc.

⁷ Die Engagierten vor Ort: Gemeindeausschüsse in Verbindung mit den lokalen Gruppen und Verbänden;

⁸ Pfarr- und Gemeindebüros; Dienstbesprechungen der hauptberuflich Mitarbeitenden; Umsetzung an verschiedenen Kirchorten wie Friedhof, Kirchen, ...

⁹ Einladung zur Erstkommunion- oder Firmkatechese; Lebens- und Glaubenszentrum Johannahaus; Homepage und virtuelle Angebote; Kirmes, Kirchen, Kneipen; etc.

Zur Verdeutlichung, was die Linien aussagen, folgendes Beispiel:

Eine Frau, 59 Jahre alt, Mitglied in einem Kirchenchor (Linie 1), spürt aber, dass ihr persönlicher Glaube eine Stärkung braucht, z.B. durch einen Glaubenskurs (Linie 3). Dort trifft sie auf Menschen, die gerade einen Angehörigen durch Tod verloren haben und der kirchlich bestattet wurde (Linie 2). Ebenso trifft sie dort auf Menschen, die durch Werbung in den sozialen Medien (Linie 3) auf diesen

Glaubenskurs aufmerksam wurden. Die Frau möchte ihre Silberhochzeit in diesem Jahr mit einer eigenen Messe feiern (Linie 2). Dabei singt der Kirchenchor (Linie 1) und gestaltet den Gottesdienst mit. Bei dem Gottesdienst zur Silberhochzeit kommen viele Freunde der Familie zusammen, die sich noch an den Valentinsgottesdienst (Linie 3) erinnern und sich auf einzelne Gottesdienstelemente daraus freuen.

Und jetzt?

Soweit der **Entwurf für eine Pastoralstrategie** für die Katholische Kirche in Dinslaken.

Sie haben nun die Möglichkeit, den Entwurf zu Bewerten. Zur Online-Umfrage kommen Sie unter diesem Link: <https://forms.office.com/e/Y82XvxySZ4>

Sie haben ebenso die Möglichkeit, die Strategie auf zwei Veranstaltungen kennen zu lernen und auch anhand eines Fragebogens (aufgebaut wie die Online-Umfrage) zu bewerten.

Termine hierfür sind:

- **Dienstag, 17.10. um 17.00 Uhr im Pfarrsaal St. Jakobus**
- **Freitag, 20.10. um 18.00 Uhr im Pfarrsaal Heilig-Geist**

Am 1.11. endet der Zeitraum der Konsultation.

Für Fragen zum Thema wenden Sie sich an

Pastoralreferent Franz-Josef Roth,

Tel.: 02064/829359-202 oder Mail roth-fj@bistum-muenster.de

