

DEZEMBER
2020

KONZEPT

WINFRIED ROTTENECKER UND REBECCA RADMACHER

IDEENAGENTUR

IN DER

PROPSTEIPFARREI

ST. PETER UND PAUL

BOCHUM

GLIEDERUNG



1 EINLEITUNG.....	1
2 AUSGANGSITUATION.....	2
3 ZIELE	
3.1 EFFECTUATION.....	4
3.2 BUSINESS MODEL CANVAS.....	5
3.3 DESIGN THINKING.....	6
3.4 ENGAGIEREN-GENIEßEN-AUSPROBIEREN-VERNETZEN.....	7
4 ZIELGRUPPE.....	8
5 GEPLANTE MAßNAHMEN.....	9
6 ORTE.....	11
7 PERSONEN	
7.1 REBECCA RADMACHER.....	13
7.2 WINFRIED ROTTENECKER.....	15
7.3 AUSSCHUSS SOZIALPASTORAL.....	16
8 NETZWERK.....	17
9 ANHANG	
9.1 BUSINESS MODEL CANVAS.....	21
9.2 MIND MAP.....	22
10 QUELLEN.....	23

1 EINLEITUNG

„Die Motivation für jegliches Sozialpastorales Handeln gründet im christlichen Glauben. Sozialpastorales Handeln stützt sich dabei auf die im zweiten Vatikanischen Konzil hervorgehobene ‚universale Sendung‘ (Lumen gentium 1 [1964]) der Kirche und ihre Solidarität mit allen Menschen, ‚besonders der Armen und Bedrängten aller Art‘ (Gaudium et spes 1 [1965]). Es drückt sich aus im bewussten Agieren als Christ/-in und richtet sich an alle Menschen unabhängig von ihrer Religion oder Weltanschauung.“ So beschreibt das Bistum Essen in seinem Zukunftsbild „Sozialpastorale Zentren“ den Anspruch (vgl. Bistum Essen 2018, S. 32 und 33).

Sozialpastorales Handeln orientiert sich dabei immer am Sozialraum und an den Menschen, denen wir begegnen. Gemeinsam mit den Menschen entwickelt Sozialpastorales Handeln sowohl die Ideen der Projekte als auch deren Orte. Es gibt keinerlei Vorgabe von „oben“, alles entsteht „bottom up“. Sozialpastorales Handeln bringt die seelsorgliche, kirchliche und theologische Perspektive in die bestehenden Diskurse ein.

In Bochum gibt es bereits zahlreiche Einrichtungen und Akteure, die viele Themen der Menschen abdecken. Ein Sozialpastorales Zentrum der Propsteipfarrei tritt nicht in Konkurrenz zu bestehenden Einrichtungen, sondern sucht die Vernetzung, um „Nischenmärkte“ abdecken zu können, die bisher nicht bedacht sind. So gibt es Seniorenbüros, Stadteilläden, Arbeitskreise und vieles mehr. Dennoch existieren „Zwischenräume“, die noch gefüllt werden können oder müssen.

Indem wir die Anliegen, Ideen und Lösungen der Menschen anhören und dort gemeinsam „anpacken“, kann sich die Pfarrei gleichzeitig auch den kreativen Lösungsansätzen der Menschen aus den Stadtteilen öffnen. Denn wer kann Kirche besser weiterentwickeln als die Menschen, die vor Ort arbeiten, zur Schule gehen, als die Menschen, die die Orte der Pfarrei nutzen, als die Menschen, die vor Ort leben. „By learning the simplicity and effectiveness of tools from innovation and entrepreneurship you open your challenges and problems for the creativity of a neighborhood full of potential solvers“ (Ecclesionpreneurship 2019).

2 AUSGANGSSITUATION

Die Propsteipfarrei St. Peter und Paul in Bochum ist keine einheitliche Größe, sondern ein Gebilde von mehreren Gemeinden, die mehr oder weniger selbstständig arbeiten und denken. Die Gemeinden der Pfarrei stimmen ungefähr mit den Stadtteilen der Stadt Bochum überein. „Hamme“, „Grumme“, „Riemke“ zum Beispiel sind also nicht nur Namen von Stadtteilen der Stadt Bochum, sondern auch im Volksmund die Namen der Gemeinden der Propsteipfarrei.

Jede Gemeinde hat eigene Traditionen sowie jeweils ein aktives und attraktives Gemeindeleben. Aus der Zeit vor der Pfarreigründung gibt es viele aktive Gruppen, die sich mit den verschiedenen Aspekten des Gemeindelebens befassen. Das Spektrum ist weit gefächert. Es gibt musikalische Gruppen, spirituelle Gruppen, Gruppen des Brauchtums (z. B. Karneval), Verbände und Interessengemeinschaften.

Der Fokus der Gruppen liegt weitgehend auf Gemeindeebene. Jede Gruppe ist für sich autark und kümmert sich selbst um die Vernetzung mit anderen Gruppen. Es gibt abgesehen von den traditionellen Plattformen „Gemeinderat“ und „Pfarrgemeinderat“ keine institutionelle Vernetzung. Manche Gruppen haben Kontakt mit nicht-kirchlichen Institutionen oder Einrichtungen, aber auch auf dieser Ebene existiert keine institutionelle Vernetzung.

In der Propsteipfarrei gibt es mehrere Gruppen, die einen sozialpastoralen Anspruch haben, etwa Elisabethkonferenzen und Vinzenzkonferenzen oder Gruppen zur Unterstützung von Geflüchteten, die unterschiedlich stark und unterschiedlich aktiv sind. Allerdings finden sich weder auf Pfarreebene noch in den Gemeinden ausdrückliche Caritasausschüsse oder -konferenzen.

Auf Pfarreebene befinden sich mehrere Orte mit sozialpastoraler Herausforderung wie Altenheime, Männerwohnheime und Krankenhäuser sowie Institutionen mit caritativem Anspruch wie Caritas, Skf, Skm, Vinzenz-Kinderheim, Krankenhausseelsorge und Gefangenenseelsorge. Alle diese Orte und Einrichtungen haben eigene Ehrenamtsarbeit und kümmern sich selbst um Kontakte zu einzelnen Gruppen in den Gemeinden.

So hat z. B. der Gefangenenseelsorger der JVA mehrere Gruppen, die seine Arbeit unterstützen; ebenso hat jedes Altenheim und jedes Männerwohnheim einzelne Unterstützer, aber niemand weiß davon. Wenn einzelne Unterstützer ausfallen, kann niemand für sie einspringen, weil keiner davon erfährt.

Auf der Ebene der Stadt Bochum existieren diverse Einrichtungen und Arbeitsgruppen, deren Themen sich mit der sozialpastoralen Arbeit der Pfarrei überschneiden, etwa Stadtteilbüros, Seniorenbüros, Fliegerhaus, Arbeitskreis 55+, Arbeitskreis Straße, bea (Bochumer Ehrenamtsagentur) usw. Kontakte zu kirchlichen Gruppen gibt es nur sporadisch.

Auf dem Pfarregebiet der Propsteipfarrei St. Peter und Paul gibt es also einerseits ein sehr großes Potential von Ehrenamtlichen und Hauptamtlichen, kirchlichen und nichtkirchlichen Gruppen und Institutionen, andererseits ein großes Feld von Themen sozialpastoralen Handelns. Es gibt Kontakte zwischen den Gruppen, Institutionen und Themen aber nur, wenn sie zufällig entstanden sind.

Viele der Gruppen und Einrichtungen arbeiten schon lange in fast identischer Konstellation. Die Arbeitsweisen sind eingeübt und eingefahren. Viele Gruppen leiden daran, dass sie kleiner werden und kaum Nachwuchs bekommen. Die Gruppen sind zumeist deutlich auf das traditionelle Gemeindegebiet bzw. auf den Stadtteil fokussiert. Einzelne Gruppen sind so geschwächt, dass sie nicht mehr lebensfähig sind. Manche Gruppen sind so eingefahren, dass sie nicht mehr innovationswillig oder innovationsfähig sind. Gleichzeitig sehnen sie sich nach neuem Schwung.

Die Öffentlichkeitsarbeit der Gruppen und Einrichtungen ist sehr traditionell. Es gibt Veröffentlichungen auf Gemeindeebene, die jeweils die Zielgruppe erreichen. Eingespielte Kommunikationswege werden gepflegt, sodass die immergleichen Personen erreicht werden. Offene Kommunikation, die über die eigene Zielgruppe hinausgeht, ist sehr selten. Moderne Kommunikationsmittel wie Internet und vor allem social Media liegen mehr oder weniger brach. Wenn jemand Informationen sucht, sind sie kaum zu finden. Und wenn jemand Informationen hat, erreichen sie kaum jemanden.

Wenn eine Person sich ehrenamtlich engagieren möchte, muss sie bei jeder Gruppe oder Einrichtung einzeln anfragen und selbst nach einem passenden Ort suchen. Oft entsteht dadurch der Eindruck, dass keine neuen Ehrenamtlichen erwünscht sind.

Wenn eine Person eine Idee für ein sozialpastorales Engagement oder ein Anliegen hat, hat sie kaum eine Chance zu erfahren, ob auch andere die Idee oder das Anliegen teilen. Es gibt praktisch keinen Ort und keine Gelegenheit, eine Idee oder ein Anliegen zu formulieren und zu besprechen, geschweige denn gemeinsam eine Lösung zu entwickeln.

3 ZIELE

Die vorliegenden Unterkapitel beschreiben unsere Ziele und den Weg dahin, welche Methoden wir einsetzen und welche Werte wir schaffen.

3.1 EFFECTUATION

Alleine kann ein Vorhaben meist nicht in die Tat umgesetzt werden. Es braucht Menschen, die andere mit ihrem Know-how unterstützen und ergänzen. Wir möchten diese Menschen sein. Wir möchten in Kirche nutzerorientiert handeln, fehlerfreundlich sein und mit den vorhandenen Mitteln erfahren, was an Neuem entstehen kann.

Nutzerorientiert handeln bedeutet für uns, die Menschen mit ihren Aufgaben, Zielen, Eigenschaften und Fragen in den Mittelpunkt zu stellen. Dies kann bedeuten, dass wir uns als Kirche auf Neues einlassen müssen, auf Lösungen für Menschen im Jahr 2021 und darüber hinaus. Es ist eine Ungewissheit und nicht planbar, da wir keinerlei Vorgaben machen bzw. diese weitergeben, sondern, wie beschrieben, den Menschen in den Mittelpunkt stellen.

„Fail Fast, Fail Often“ ist ein Grundsatz des agilen Arbeitens und bedeutet „Scheitere früh und oft“ und genau das möchten wir ebenso beherzigen. Wir möchten diejenigen sein, von denen man zu hören bekommt „Warum nicht...?“ oder „Ja und...?“ und kein „Ja, aber...“, denn ohne Mut zum Ausprobieren erstickt jede Idee im Keim. Außerdem bedeutet Fehlerfreundlichkeit für uns Kreativität zu leben, überzeugt zu sein und aus gemachten Erfahrungen zu lernen (vgl. Gründerbüro Bistum Essen 2018).

Mit vorhanden Mitteln arbeiten, ohne im Vorhinein zu wissen, was später aus dem eigenen Vorhaben wird, ist ein wesentlicher Bestandteil von Effectuation, eine unternehmerische Entscheidungslogik, welche auch sehr gut im non-profit-Bereich angewandt werden kann (vgl. Faschingbauer 2013, S. 284). Daher möchten wir Menschen ermutigen sich zu fragen:

Was kann ich besonders gut?

Was sind meine Ressourcen und Fähigkeiten?

Was kann ich genau jetzt in diesem Moment machen?

Wen kenne ich und was sind deren Fähigkeiten und Ressourcen?

Wen kann ich ansprechen, damit sie mich in meinem Vorhaben unterstützen

Im Gründer*innen Handbuch für pastorale Start-ups und Innovationsprojekte findet sich

Folgendes zu dem Thema: „Effectuation ermöglicht dabei die Entdeckung und Erschaffung innovativer Vorschläge nicht nur trotz Ungewissheit, sondern sie macht die Ungewissheit bzw. Komplexität gerade zum Hebel“ (Sobetzko und Sellmann 2019, S.33).

Personen, die Effectuation anwenden, lassen sich auch mit den folgenden Worten beschreiben: Sie kochen etwas Leckeres aus den zuhause vorhandenen Zutaten und nicht (nur) nach den Rezepten im Kochbuch.

„Soziales Engagement beginnt meist nicht bei kausalen Zielen, sondern bei erkannten Missständen und dem Wunsch, etwas über die eigene Person Hinausgehendes, Sinnvolles zu tun“ (Faschingbauer 2013, S.283).

3.2 BUSINESS MODEL CANVAS

Als die Idee zu einer Ideenagentur nichts weiter als eine erste Idee war, haben wir uns neben dem Brainstorming unter anderem auch dem Tool eines „Business Model Canvas“ bedient. „A business model describes the rationale of how an organization creates, delivers und captures value“ (Osterwalder 2010, S.14). Dem Erfinder des „Business Model Canvas“ zufolge beschreibt ein Geschäftsmodell die Daseinsberechtigung einer Organisation, wie sie Wert schafft, verbreitet und erfasst. Da eine solche Begründung nicht nur für „For-Profit“-Unternehmen ausschlaggebend ist, sondern gerade auch für die „Player“ wie wir, haben wir ein solches Canvas ausgefüllt (siehe Anhang). Da das „Business Model Canvas“ nach Osterwalder nicht speziell für den Dritten Sektor oder „Non-Profit“-Bereich ausgelegt ist, haben wir an manchen Stellen ein bisschen improvisiert. Im Großen und Ganzen zeigt sich mit Hilfe des Tools ein stimmiges Bild davon, welche Werte wir mit der Ideenagentur schaffen möchten.

Die für uns wichtigsten Teilbereiche seien daher hier einmal beleuchtet:

„Revenue Streams“ stehen für die Einnahmequellen, in unserem Fall die Bereiche, von denen Kirche in Gesellschaft und andersherum profitiert. Mit uns wir es mehr soziales Engagement in den Stadtteilen geben, insbesondere auch mehr sichtbares Engagement. Es gibt eine höhere Anzahl an nachhaltigen und nicht gewinnorientierten Gründungen. Abgesehen von diesen immateriellen „Einnahmen“ setzen wir uns für Patenschafts-Modelle ein, sodass Personen mit einem „finanziellen Polster“ sich einbringen können, indem sie direkt oder indirekt Personen mit guten Ideen durch eine sogenannte Anschubfinanzierung fördern. Es wird auch möglich sein, die Ideenagentur allgemein zu unterstützen, ebenso ist es möglich, seine eigene Expertise einzubringen und somit durch Vermittlung von Wissen mitzuwirken.

Die Ideenagentur hält Augen und Ohren offen für Förderungen durch das in Kapitel 8 beschriebene Netzwerk und darüber hinaus. Hierzu zählt auch die Zusammenarbeit mit Unternehmen, aus der eine finanzielle Unterstützung angestrebt wird.

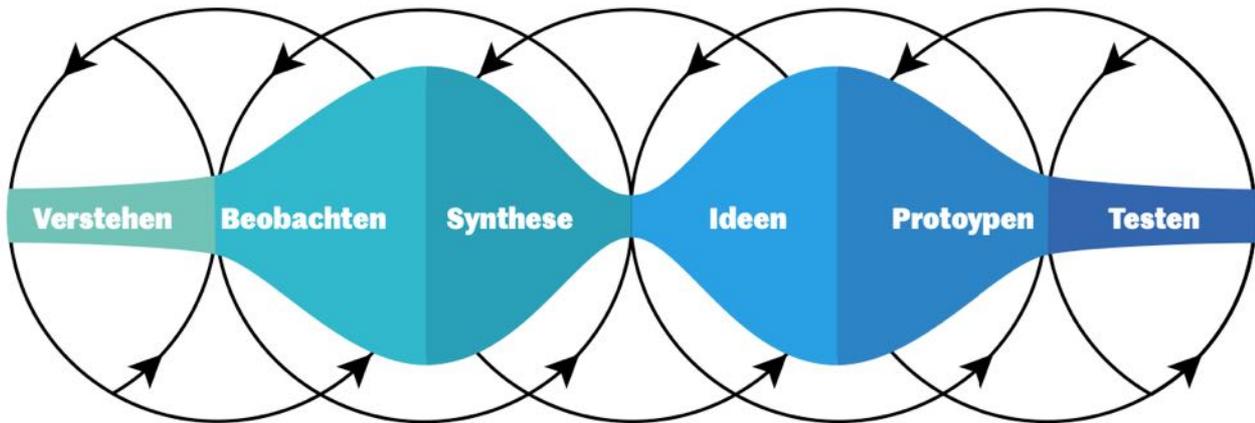
Durch unsere genannten „Einnahmen“ sowie Partizipation und Inklusion kann langfristig ein stärkerer gesellschaftlicher Zusammenhalt entstehen.

3.3 DESIGN THINKING

„Soziale Projekte sollten dort entstehen, wo sie verwurzelt sind. Dort zu fragen, was gebraucht wird und was nicht, und das Richtige umzusetzen, gelingt nur im direkten Austausch. Motto: Teamarbeit und nicht verordnete Hilfeleistung“ (Weinberg 2015, S.199). Wie aber gelingt es, konkret mit anderen gemeinsam hilfreiche Lösungen zu entwickeln? „Design Thinking“ ist eine Methode zum Lösen von Problemen, welche wir nutzen.

Es geht „im Design Thinking [auch] darum, Nutzer intensiv im Kontext der Nutzung eines Produktes oder einer Dienstleistung zu beobachten und aus diesen qualitativen Beobachtungen Innovationsstoßrichtungen abzuleiten, wie die erkannten Nutzerbedürfnisse angesprochen werden könnten“ (Rustler 2018, S. 74). Der „Design Thinking“-Prozess verläuft iterativ, dennoch ist die Darstellungsweise linear, um abzubilden wie der Prozess meistens verläuft.

Design Thinking Phasen



Quelle: Dark Horse Innovation (2019)

3.4 ENGAGIEREN – GENIEßEN – AUSPROBIEREN – VERNETZEN

Unsere "Value Propositions" – auf Deutsch: Wertangebote oder auch Wertversprechen – finden sich auch in unserem „Business Model Canvas“ wieder. Wir schaffen Neues, wir erleichtern Arbeit, machen Gemeinschaft (wieder) erlebbar, sind nicht nur ansprechbar, sondern leben sozialen Austausch. Die Begriffe in dieser Zwischenüberschrift fassen unsere Werte zusammen.

Wir sind vor Ort und online präsent. Insbesondere das Jahr 2020 hat uns gezeigt, dass viel mehr Menschen Videokonferenzen und Online Tools zu kollaborativer Zusammenarbeit nutzen und deren Wert schätzen. Diese häufig neu erworbenen Kompetenzen möchten wir aufgreifen und weiter fördern. Wir betreiben Netzwerk- und Öffentlichkeitsarbeit für die Personen, die bei uns mitmachen, sowie für die Ideenagentur im allgemeinen. Die Ideenagentur entdeckt und fördert Talente, Potenziale und Ideen. Menschen können bei uns ankommen, Wertschätzung erfahren, die eigenen Kompetenzen entdecken, Gleichgesinnte finden und gemeinsam in angenehmer Atmosphäre lernen und arbeiten. Das Teilprojekt "Lernort Propstei" startet bereits am 04.01.2021 und möchte eine Räumlichkeit der Pfarrei zu bestimmten Uhrzeiten zu einem öffentlichen „Co-Working-Space“ erklären.

4 ZIELGRUPPE

„Freude und Hoffnung, Trauer und Angst der Menschen von heute, besonders der Armen und Bedrängten aller Art, sind auch Freude und Hoffnung, Trauer und Angst der Jünger Christi. Und es gibt nichts wahrhaft Menschliches, das nicht in ihren Herzen seinen Widerhall fände" (Gaudium et spes 1).

Zielgruppe Sozialpastoralen Handelns sind immer alle Menschen guten Willens. Es macht sich die Anliegen der Menschen zu eigen, vor allem, wenn es darum geht, die Lebenssituation einzelner oder der Gemeinschaft zu verbessern.

Voraussetzung ist dabei nicht, dass es auf der einen Seite Hilfsbedürftige gibt, die auf der anderen Seite auf Helfer treffen, die sich ihnen zuwenden. Nach dieser Vorstellung entsteht ein Gefälle von Helfern oben zu den Hilfsbedürftigen unten. Ein solches Gefälle mag kurzfristig Hilfe vorgaukeln, ist auf Dauer aber sogar entwürdigend.

Sozialpastorales Handeln setzt voraus, dass jeder Mensch Fähigkeiten und Begabungen hat, dass jedem Menschen ein Charisma geschenkt ist. Zugleich zählt jeder Mensch zumindest zeitweise zu den „Armen und Bedrängten“. Alle Menschen sind somit zugleich Helfer und Hilfsbedürftige.

Sozialpastorales Handeln sieht die Kirche nicht als abgeschlossenes System, das nur die eigenen Mitglieder als „innen“ ansieht und alle anderen als „draußen“. Die Kirche ist zwar der Ort des Heils, aber damit nicht außerhalb der Kirche der Ort des Unheils. Kirche ist ein gleichwertiger „Player“ im Zusammenspiel der Gesellschaft.

Die Ideenagentur greift diese Voraussetzungen auf und möchte allen Menschen guten Willens zuhören, sie ernst nehmen und deren Anliegen aufgreifen.

5 GEPLANTE MAßNAHMEN

Die Ideenagentur initiiert, fördert und begleitet neue und bewährte Ideen Sozialpastoralen Handelns auf Pfarreigebiet und führt zu Neugründungen sozialpastoraler Gruppen, Initiativen und non-profit) Geschäftsideen. Wir vermeiden Besserwisserei und Bevormundung und wollen jeden Menschen in der je eigenen Individualität ernst nehmen.

Wir erreichen unsere Zielgruppen und gewinnen jährlich mindestens 40 engagierte Personen aus den unterschiedlichen Zielgruppen, die sich regelmäßig einbringen und aktiv mit uns zusammenarbeiten.

Außerdem erreichen wir – jedes Jahr – mindestens 60 Personen, die von uns als Anlaufstelle profitieren. Hierzu zählt beispielsweise die Unterstützung bei Förderanträgen oder Fundraising.

Wir führen jeden Monat Aktionen durch, wodurch wir 500 Menschen im Jahr erreichen. Hierzu zählen regelmäßige Einsätze mit dem „DaMobil“ in den Räumlichkeiten der Pfarrei oder online. Außerdem finden Veranstaltungen wie Workshops statt, um Menschen einzuladen, Ideen für sich und andere zu entwickeln. Es werden Menschen ermutigt, ihr Wissen und ihre Erfahrungen zu teilen in Impulsvorträgen, Workshops oder anderen Veranstaltungsformaten.

Wir richten eine online-Plattform ein, um regelmäßig Neuigkeiten und Informationen streuen zu können. Wir zählen jährlich 1000 online-Kontakte über verschiedene Kanäle.

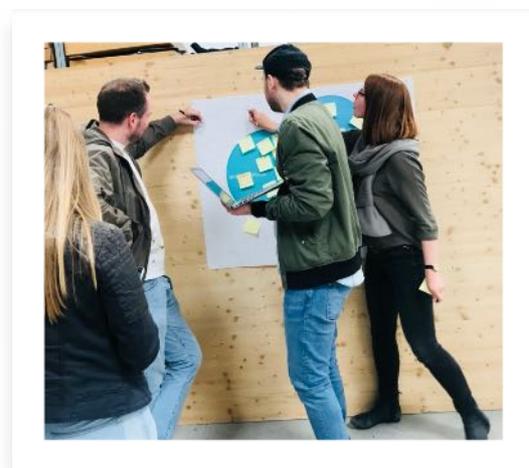
Wir ermöglichen das Initiieren, die Pflege und den Ausbau von Begegnungsangeboten und Netzwerken zwischen unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen durch Projektkooperationen mit gemeinnützigen Organisationen, Initiativen und Gruppen.

Wir sind bekannter Ansprechpartner/Kooperationspartner für Firmen oder Einzelpersonen, die sich im beruflichen Kontext sozial engagieren möchten. Hierbei geht es insbesondere um die „Corporate Social Responsibility“ von Unternehmen. Wir sind Schnittstelle, organisieren und ermöglichen „Social Days“ und ähnliche Aktionen in der Pfarrei. Wir haben mindestens 10 Aktivitäten im Jahr durch eine solche Zusammenarbeit verwirklicht.



Nach einem Jahr ist unser Netzwerk an PartnerInnen in der Pfarrei, in den Stadtteilen, in der Stadt Bochum und im Bistum Essen vergrößert und zählt mindestens 100 AnsprechpartnerInnen.

Ein regelmäßig durchgeführtes Controlling gibt Aufschluss über die Erreichung der geplanten Maßnahmen.



Quellen: Grafik von Dark Horse Innovation 2014, Fotos von Radmacher

6 ORTE

Die Ideenagentur braucht (fast) keinen festen Ort. Sie braucht ein Büro, in dem die entsprechende Infrastruktur vorhanden ist, das voraussichtlich in der Propstei Platz haben könnte.



Die Ideenagentur braucht einen virtuellen Ort, nämlich eine Präsenz im Internet und in den sozialen Medien. Dieser virtuelle Raum ist ein wichtiger Knotenpunkt im Netzwerk, das sich mit Haupt- und Ehrenamtlichen, mit Gruppen, Einrichtungen und Institutionen bilden wird. Er ist eine (datenschutzkonforme!) Datenbank für Adressen, Anliegen und Ereignisse. Der virtuelle Raum ist eine Schnittstelle der internen und externen Kommunikation sowie der Öffentlichkeitsarbeit. Wir geben alles für Sichtbarkeit und eine benutzerfreundliche Anwendung, wenn es in unserer Macht steht. Einfluss haben wir vor allem auf die eigene Webseite der Ideenagentur. Wir formulieren unsere Texte barrierefrei, vermeiden also beispielsweise Fremdwörter und auch sogenanntes „Kirchensprech“. Wir beachten diverse Social-Media-Kanäle von Instagram, Messenger-Diensten, youtube über Facebook und Google bis hin zu TikTok.

Der virtuelle Raum muss so gestaltet sein, dass er auch Menschen zur Verfügung gestellt werden kann, die keinen Zugang zum Internet haben – dazu im nächsten Absatz mehr. Selbstverständlich wird auch Öffentlichkeitsarbeit im klassischen Sinne über Presse und Kooperationen betrieben, um den vorhandenen und neuen Ideen eine Reichweite zu bieten.

Die Ideenagentur sucht Orte der Begegnung. Es geht darum, Menschen im ganzen Pfarregebiet dort anzutreffen, wo sie ihren Alltag verbringen. Die Begegnungen dienen dazu, sich kennenzulernen, sich gemeinsam zu engagieren, zu genießen und zu vernetzen.

Hier können Menschen mit Unterstützung auch auf analoge Weise auf die digitalen Inhalte der Datenbank zugreifen.

Ein möglicher Ort kann das Ladenlokal im katholischen Stadthaus sein. Dort können punktuell Veranstaltungen, Besprechungen und Beratungen stattfinden.

Ein weiterer Ort der Begegnung kann das Da-Mobil sein. Das Da-Mobil kann Orte besuchen, an denen die Menschen angetroffen werden, die sonst wenig Berührung mit

Kirche haben oder die den Kontakt zur Gottesdienstgemeinde verloren haben. Dabei kann es sich z. B. um Marktplätze handeln wie etwa den Riemker Markt oder den Springerplatz. Es kann sich um Vorplätze der Kirchen handeln, wie etwa vor St. Anna oder vor St. Nikolaus von Flüe. Es wird sich im Laufe der Zeit herausstellen, welche Orte geeignet sind, wobei damit zu rechnen ist, dass die Liste der zu besuchenden Orte sich von Zeit zu Zeit ändern wird. Das „Da-Mobil“ ist bereits vorhanden und kann entsprechend genutzt werden. Es ist lediglich zu prüfen, ob die Ausstattung ergänzt werden kann oder muss.



Da-Mobil bei der Extraschicht in 2017

Die Ideenagentur kann sich in eine Richtung entwickeln, in der ein festes Gebäude gebraucht wird. Wenn die Menschen in einem Stadtteil einen bestimmten Bedarf anzeigen und entsprechendes Potenzial entwickeln, dem Bedarf strukturell zu begegnen, kann es notwendig werden, feste Räume für die entsprechenden Projekte bereitzustellen. Die Propsteipfarrei sollte bereit sein, gegebenenfalls eigene Räume für diese Projekte zu öffnen. Für diese Räume kann die Pfarrei voraussichtlich – zumindest, wenn das jeweilige Projekt sich verfestigt – Miete verlangen. Die Ideenagentur muss dafür Drittmittel beantragen.

Die Pfarrei verfügt über eine geeignete Infrastruktur, die zur Verfügung gestellt wird.

7 PERSONEN

7.1 REBECCA RADMACHER

Radmacher absolvierte einen Bachelor of Arts an der evangelischen Fachhochschule in Bochum im Fach der sozialen Arbeit. Hier lebte sie ihr Interesse an sozialen Prozessen aus, lernte das System unseres Sozialstaates näher kennen, lieben, aber auch zu kritisieren. Daher rührt ihre intrinsische Motivation, alternative Wege einzuschlagen. Auf diesen Wegen lernte sie, worauf es ankommt: Eine hohe Leistungsbereitschaft, die für die Schaffung von etwas Neuem eine Grundvoraussetzung ist, ist für sie selbstverständlich. Durchhaltevermögen und die Fähigkeit, Probleme zu lösen, gehören im sozialen Kontext zum Tagesgeschäft. Hier gilt es stets, mit knappen Ressourcen Großes zu verwirklichen und die sozialschwächeren Mitstreiter unserer Gesellschaft und die, die zu uns ziehen, einzubinden und deren Talente zu erkennen und zu fördern. Zudem baute sie zum Ende ihres Bachelorstudiums hin ihre Expertise im Gebiet des Projektmanagements aus. Hierzu verfasste sie ihre Bachelorarbeit mit der Thematik "Projektmanagement in sozialen Gründungen".



Als Case-Study zu dieser Thematik nutzte sie ihr eigens ehrenamtlich gegründetes Projekt "Flüchtlinge mitnehmen". Sie sammelte als Ehrenamtliche Erfahrungen, wie es ist, mit einer eigenen Idee, UnterstützerInnen zu suchen, seien es finanzielle FörderInnen oder MitstreiterInnen in der praktischen Umsetzung. Wie wichtig für die Realisation eines Vorhabens hier einzelne Menschen sind, die zuhören, an den Erfolg einer noch so kleinen Idee glauben und Zugang zu wiederum ihren Netzwerken gewähren, erlebte die damals 22-Jährige.

Nach ihrem Bachelorabschluss wurde Radmacher Projektleiterin der youngcaritas im Bistum Essen. Das Projekt youngcaritas gibt jungen Menschen eine zeitgemäße Möglichkeit, sich sozial zu engagieren; es stehen die Bedürfnisse und die Lebenssituationen der Kinder, Jugendlichen und jungen Erwachsenen an erster Stelle. So organisierte Radmacher gemeinsam mit KollegInnen auf der Ebene des Ruhrbistums, auf

Landes- und Bundesebene oder der Zielgruppe selber Flashmobs, online-Wettbewerbe, Infostände in den Innenstädten, Workshops und Fachtage. Auch der internationale Austausch von jungen Menschen unter dem Stichwort „youngcaritas in europe“ spielte eine Rolle. Das Administrieren von diversen online-Auftritten und das Erreichen der Zielgruppe über Social-Media-Kanäle lernte Radmacher bereits in diesem Kontext.

Schon zu Beginn ihres beruflichen Werdegangs lernte Radmacher die Diözesanstrukturen kennen, durch generationenübergreifende Aktionen aber auch die Tätigkeiten von gemeindlichen Gruppen wie der CKD.

Anschließend, angetrieben von der Suche nach neuen Herausforderungen, wurde sie Teil des ersten Jahrgangs von Innopreneuren an der Universität Duisburg-Essen. Vor allem der interdisziplinäre Ansatz des Masterstudiums reizte sie sehr, verbunden mit dem Interesse, sozial geprägte Ideen in einem weiteren Kontext zu entwickeln und das nötige Handwerkszeug zu erlangen, diese auch in die Tat umzusetzen. Hier erlangte Rebecca Radmacher weitere wichtige Einblicke in die Szene von Start-up's und Unternehmen, die im Ruhrgebiet ansässig sind, und wie diese innovative Lösungen suchen.

Rebecca Radmacher ist zurzeit Stadtteilkundschafterin der Pfarrei St. Gertrud in der Essener Innenstadt. Das Projekt Stadtteilkundschafter endet in 2021. Als Stadtteilkundschafterin ist sie Ansprechpartnerin für alle ehrenamtlich Engagierten in und um die Pfarrei und der Initiativen, Organisationen und Einrichtungen in den Stadtteilen. Es besteht mittlerweile ein breites Netzwerk aus MitarbeiterInnen der zuständigen Wohlfahrtsverbände, der Stadtverwaltung, anderer Kirchen, Religionsgemeinschaften und Bildungseinrichtungen von der KiTa bis hin zur Universität. Mehr zu dem gemeinsamen Engagement von ihr und Diakon Winfried Rottenecker findet sich unter www.kirche-im-dorf.ruhr.

Die heute 27 jährige bringt gerne die verschiedensten Menschen, samt ihrer unterschiedlichen Interessen und Vorstellungen, an einen gemeinsamen Tisch, um zusammen an innovativen Lösungen für die Zukunft zu arbeiten. Eigenständiges Arbeiten, Durchhaltevermögen, Problemlösungsfähigkeit und eine gewaltfreie Kommunikation sind hier wichtige Schlüsselkompetenzen. Ihre große Freude an Kommunikation und Networking sowie ihre Faszination an der Verknüpfung von ehrenamtlichem Engagement, social Entrepreneurship und Zukunft von Kirche sind ihre Triebfedern für das vorliegende Anliegen.

7.2 WINFRIED ROTTENECKER

Er ist der Seelsorger im Team.

Der Diakon wendet sich seinem Gegenüber vorbehaltlos zu, ohne einen Zweck oder ein Ziel zu verfolgen. SozialarbeiterInnen, LehrerInnen, TherapeutInnen usw. haben immer einen konkreten Zweck, ein Ziel oder eine Aufgabe bei der Begegnung mit Menschen, der Diakon hat das nicht. Er spricht jedem Menschen die Würde zu und versichert ihm die Zuwendung Gottes. Die Arbeit mit SozialarbeiterInnen, LehrerInnen, TherapeutInnen usw. kann und muss evaluiert werden und der Erfolg ist messbar. Der Diakon kann weiterhin die Menschen begleiten, auch wenn die Erfolge bei der Arbeit mit den anderen Fachleuten im Team ausbleiben oder wenn absehbar ist, dass sich diesbezüglich nie Erfolge einstellen werden.



Der Diakon bringt die Perspektiven von Seelsorge, Theologie und Kirche in die Themen der Stadtteile ein. Die Themen der Stadtteile sind sehr vielfältig und werden von den Fachleuten der unterschiedlichsten Professionen diskutiert. Da kann es um Familien gehen, um Schulen, um Ältere, Kranke, Gefangene oder um die Wohnsituation oder um ganz andere Themen. Die Verantwortlichen aus Politik, Verwaltung, Kultur und Sozialverbänden diskutieren jeweils aus ihrem Blickwinkel mit. Hier ist es wichtig, dass der professionelle Blick eines Vertreters der Kirche bzw. ein Seelsorger seine Sichtweise einbringen kann.

Winfried Rottenecker, M.A., Dipl.Theol, wurde 2003 zum ständigen Diakon geweiht. Er hat 2008 bis 2019 in der nördlichen Innenstadt Essens reichhaltige Erfahrung mit Sozialpastoral gemacht (vgl. www.kirche-im-dorf.ruhr). 2016 hat er im Bistum Essen erfolgreich an der Ausbildung zum Ehrenamtsmanager teilgenommen. Er ist Mitglied der Diakonenkonferenz im Bistum Essen, war beratendes Mitglied im Zukunftsbild-Prozess „Sozialpastorale Zentren“ und federführendes Mitglied im Zukunftsbild-Prozess „Neue Wege der Gemeindacaritas“. Er ist Mitglied im Arbeitskreis „Welttag der Armen“ im Bistum Essen.

7.3 AUSSCHUSS SOZIALPASTORAL

Zusammen mit jeweils mindestens einem Mitglied des KV und des PGR bilden diese Personen den sozialpastoralen Ausschuss der Propsteipfarrei St. Peter und Paul, Bochum.

Jasmine Sophie Kölsch bringt Erfahrungen als Wirtschaftspädagogin und als Geschäftsführerin des BDKJ (2015-2019) und aus der Jugendverbandsarbeit mit. Sie ist pastorale Mitarbeiterin in Ausbildung und wird 2021 bis 2024 Gemeindeassistentin in der Propsteipfarrei sein.

Michael Ludwig ist als Propst und Pfarrer der Propsteipfarrei St. Peter und Paul, Bochum, letztverantwortlich und somit geborenes Mitglied des Ausschusses.

8 NETZWERK

Für das Vorhaben der Ideenagentur bauen wir uns ein Netzwerk auf aus „Profis“, „Unternehmen“, „Pfarrei“, „Stadtteil“ und „Online“. Der Aufbau eines solchen Netzwerkes hat bereits teilweise begonnen und erste Schritte in Richtung Kooperationen sind schon gegangen.

Bei den fünf eingangs aufgezählten Bereichen handelt es sich um die Profis in Einrichtungen der Kirche, Stadt und den daraus resultierenden Gremien, Unternehmen, die in Bochum ansässig sind und sich sozial engagieren möchten, die Pfarrei mit ihren Gottesdienstgemeinden und ehrenamtlichen Gruppen, die Menschen im Stadtteil, welche, wie auch die vorherigen Bereiche, sehr divers sind, und nicht zuletzt Menschen, die wir online erreichen können.

Diese Bereiche möchten wir hier weiter erläutern. Die „Profis“ setzen sich aus den (AnsprechpartnerInnen der) Katholischen Einrichtungen (auf Pfarreigebiet) zusammen. Hierzu zählen der Campussegen, die Gefangenenseelsorge, das Elisabethkrankenhaus, die Bahnhofsmision, der skf/skm und der Caritasverband. Auf Bistumsebene kommen hier ebenfalls wichtige AnsprechpartnerInnen hinzu, das Gründerbüro, das Referat für ehrenamtliches Engagement, der Innovationsfonds sowie der Sozialfonds und andere Sozialpastorale Zentren und Projekte. Städtische und andere säkulare Einrichtungen, sowie jene anderer Kirchen oder Religionsgemeinschaften spielen ebenfalls eine wichtige Rolle; hierzu zählen unter anderem die AWO, Diakonie, Stadtteilbüros, Seniorenbüros, Bochum Marketing, Rotary Club, Lions Club und Stiftungen. In Zukunft spielt hoffentlich auch der Bürger*innenfonds der Stadt Bochum eine Rolle; der Fonds für Bürgerschaftliches Engagement ist eine der 50 Kernaktivitäten der Bochum-Strategie.

Außerdem zählen wir die Arbeitskreise, welche sich überwiegend aus den bereits genannten AnsprechpartnerInnen zusammensetzen, hinzu. Es gibt bereits gute Kontakte zu Caritas und Diakonie, zu den Stadtteil- und Seniorenbüros, zum Arbeitskreis 55+ und zum Arbeitskreis Straße sowie zur Ehrenamtsagentur, zum Sozialamt und weiteren vergleichbaren Einrichtungen und Institutionen.

Zu den „Profis“ gehören ebenso Bildungseinrichtungen, beispielsweise die Familienbildungsstätte, VHS, Evangelische Hochschule Rheinland-Westfalen-Lippe und die Ruhr Universität Bochum.

Wir möchten „Corporate Social Responsibility“ (CSR) von Unternehmen fördern und unkomplizierter Ansprechpartner dafür sein. Aber was fällt eigentlich alles unter diesen Begriff?

Die IHK zu Essen bietet hier Aufschluss:

"Eine [andere] Form von CSR ist es, Mitarbeiter für ihr ehrenamtliches Engagement während der Arbeitszeit freizustellen oder ihnen flexiblere Arbeitszeitgestaltung einzuräumen, damit sie ihr berufliches und ehrenamtliches Engagement besser miteinander vereinbaren können."

Wir suchen und bieten passende regelmäßige Ehrenämter für MitarbeiterInnen, genauso wie einmalige ehrenamtliche Einsatzmöglichkeiten wie „Social-Days“. „Die Bandbreite reicht von Teamprojekten und Gruppenaktionen (eine Abteilung engagiert sich für ein bestimmtes gemeinnütziges Projekt über einen festgelegten Zeitraum), über ‚Secondments‘ (Mitarbeiter werden an gemeinnützige Organisationen ‚ausgeliehen‘ und arbeiten dort über einen bestimmten Zeitraum) bis hin zu Mentoring-Programmen (Mitarbeiter sind als ehrenamtliche Berater tätig)“ (vgl. IHK zu Essen 2020).

Auch die bekannten sozialen Betätigungen von Unternehmen wie das Spenden und das Sponsoring fallen unter den Begriff CSR. Darüber hinaus lässt sich auch an den Bereich der Personalentwicklung in größeren Unternehmen anknüpfen, wenn es um die Förderung des sozialen Engagements bei MitarbeiterInnen, insbesondere von Führungskräften, gehen soll. Laut der IHK zu Essen steht bei dieser Form des CSR nicht das ehrenamtliche Engagement zugunsten gemeinnütziger Projekte im Vordergrund, sondern die Förderung der sozialen und kommunikativen Kompetenzen und Fähigkeiten von MitarbeiterInnen (vgl. IHK zu Essen 2020). Wir möchten auch den zuletzt genannten Bereich des CSR nutzen, wenn auch mit Bedacht. Die Gemeinnützigkeit muss bei allem Handeln im Vordergrund stehen und wir sind überzeugt, dass die Ideenagentur auch hier eine gute Schnittstelle sein kann.

Selbstverständlich umfasst das im Aufbau befindende Netzwerk auch alle Bereiche der Pfarrei, insbesondere der Gruppen und Initiativen der Pfarrei:

„Die traditionellen Vereine und Verbände wie kfd, Vinzenz- und Elisabeth-Konferenzen, KAB und Kolping und auch die Kirchenchöre klagen über das relativ hohe Alter der Mitglieder und den fehlenden Nachwuchs. Daneben gibt es in den Gemeinden – jedoch mit unterschiedlicher Intensität – Jugendarbeit, Familiengruppen und neue Gesangs- und Musikgruppen. Die Jugendvertreter bildeten eine eigene Arbeitsgruppe mit dem

Ziel, sich besser kennenzulernen und die Möglichkeit einer Zusammenarbeit zu erkunden. Über die einzelnen Gemeinschaften und Musikgruppen der Gemeinden hinaus befasste sich der Arbeitskreis auch mit der Gemeindecaritas, mit neuen liturgischen Formen außerhalb der Messfeiern (Wort-Gottes-Feiern, Andachten u. ä.) und mit den Katechesen, z. B. für Kinder und Familien“ (Votum der Propsteipfarrei St. Peter und Paul 2018 , S.14 und 15).



Solidarität, Großzügigkeit, Kreativität auch in Zeiten sozialer Distanz (Quelle: Catherine Cardasco über unsplash.com)

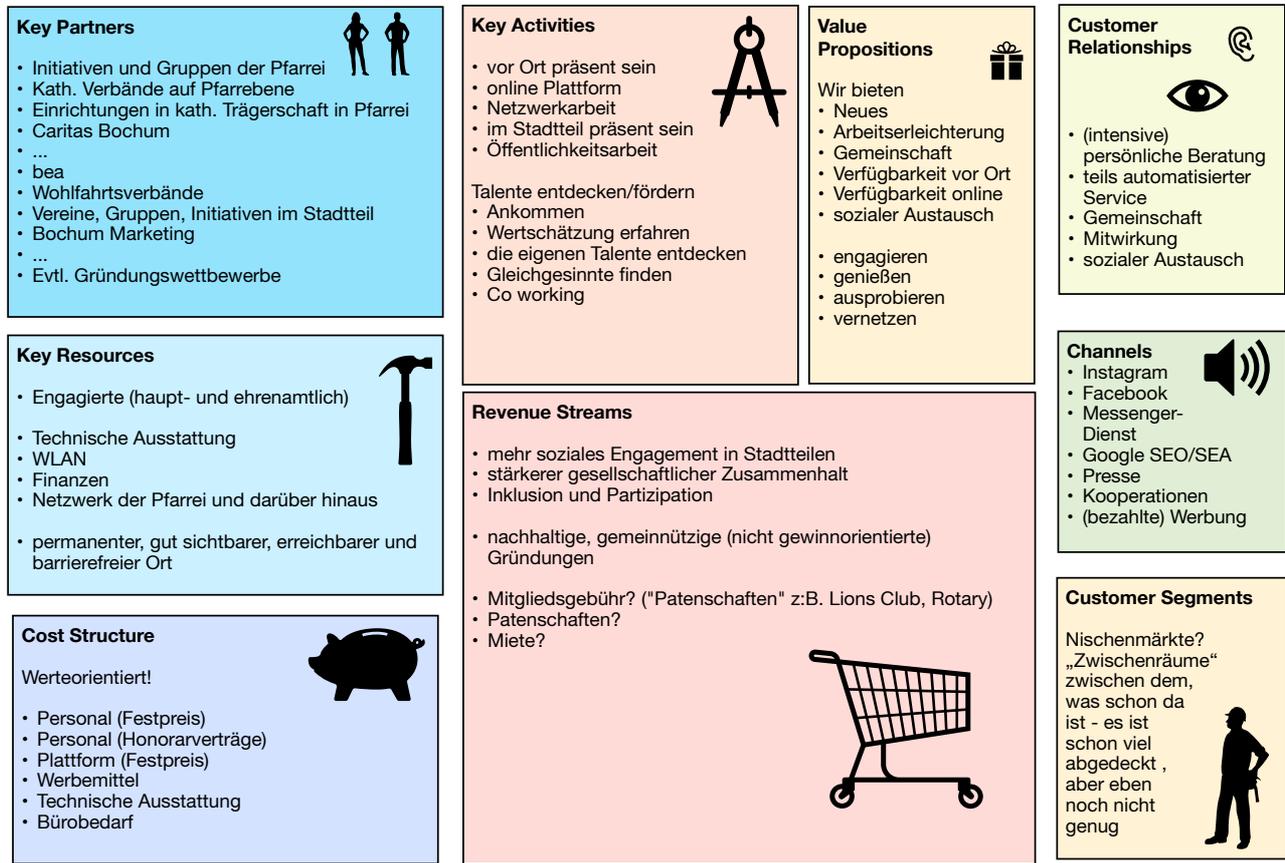
Darüber hinaus gibt es bereits eingeübte Kooperationen der Pfarrei bzw. einzelner Gemeinden, z. B. den „Stadtteil“-Austausch mit der evangelischen Johannesgemeinde Grumme (vgl. Votum) oder „HammeHilft!“. Wir streben zusätzlich Kontakt zu QuartiershausmeisterInnen an, sofern diese schon eingesetzt werden, da es ebenfalls eine der 50 Kernaktivitäten darstellt (vgl. Stadt Bochum im Mai 2020). Weitere Akteure können BewohnerInnenstammtische sein, Studententisch-Initiativen, Migrantenselbstorganisationen oder lose Gruppierungen.

Ganz sicher nicht zuletzt besteht unser Netzwerk aus der online-Kontaktpflege bzw. auch aus ersten Kontaktaufnahmen über online-Kanäle (siehe Kapitel "Orte").

Wie im Kapitel „Geplante Maßnahmen“ beschrieben möchten wir nach einem Jahr ein Netzwerk von mindestens 100 (Ansprech-)PartnerInnen geknüpft haben. Ziel ist es außerdem, dass aus diesem vielfältigen Netzwerk auch Kooperationen und Partnerschaften entstehen. Bei der Netzwerkarbeit geht es explizit darum, diese Kontakte zu teilen. Das Bestreben einer guten Zusammenarbeit nach „innen“ hin zu den Pfarr- und Gemeindebüros sowie sämtlichen MitarbeiterInnen der Pfarrei betrachten wir als selbstverständlich.

9 ANHANG

9.1 BUSINESS MODEL CANVAS



10 QUELLEN

BISTUM ESSEN (2018): *Handreichung Sozialpastorale Zentren im Bistum Essen. Erfolgsgeschichten mit den Menschen im Stadtteil.* https://zukunfts bild.bistum-essen.de/fileadmin/bereiche/dubewegstkirche/erfolgsgeschichten/2018-12_Handreichung_Sozialpastorale_Zentren_interaktiv.pdf Abgerufen am: 03.12.2020

BOCHUM (2020): *Die Bochum Strategie.* [https://www.bochum.de/C125830C0042AB74/vwContentByKey/W2BHMGT158BOCMDE/\\$File/Bochum_Strategie_Broschuere.pdf](https://www.bochum.de/C125830C0042AB74/vwContentByKey/W2BHMGT158BOCMDE/$File/Bochum_Strategie_Broschuere.pdf) Abgerufen am: 05.12.2020

CARDASCO, Catherine (2020): <https://unsplash.com/photos/gMPsl1ez-Ts> Abgerufen am: 05.12.2020

DARK HORSE INNOVATION (2019): *Design Thinking Booklet.* <https://blog.thedarkhorse.de/wp-content/uploads/2020/07/Dark-Horse-2020-Design-Thinking-Prozess-Booklet.pdf> Abgerufen am: 03.12.2020

DARK HORSE INNOVATION (2014): *THANK GOD IT'S MONDAY.* Econ Verlag der Ullstein Buchverlage GmbH. Berlin.

ECCLESIOPRENEURSHIP (2019): <http://www.ecclesiopreneurship.com> Abgerufen am: 20.11.2020

FASCHINGBAUER (2013): *Effectuation. Wie erfolgreiche Unternehmer denken, entscheiden und handeln.* Schäffer-Poeschel Verlag. Stuttgart.

GRÜNDERBÜRO BISTUM ESSEN (2018): *Gründerbüro-inspirieren-beraten-vernetzen.* <https://zukunfts bild.bistum-essen.de/zukunfts bild-projekte/gruenderbuero-inspirieren-beraten-vernetzen> Abgerufen am: 20.11.2020

IHK ZU ESSEN (2020): *Formen von Corporate Social Responsibility.* <https://www.essen.ihk24.de/standortpolitik/corporate-social-responsibility-csr/formen-von-corporate-social-responsibility-2097352> Abgerufen am: 30.11.2020

OSTERWALDER, Alexander/PIGNEUR, Yves (2010): *Business Model Generation.* John Wiley & Sons., Inc. Hoboken. New Jersey.

RUSTLER (2018): *Denkwerkzeuge*. Midas Management Verlag AG. St. Gallen, Zürich.

SOBETZKO, Florian/SELLMANN, Matthias (2019): *Gründer*innen Handbuch für pastorale Start-ups und Innovationsprojekte*. Echter Verlag. Würzburg.

VATICANUM II (1965): *Gaudium et spes*. http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19651207_gaudium-et-spes_ge.html
Abgerufen am: 03.12.2020

VATICANUM II (1964): *Lumen gentium*. https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19641121_lumen-gentium_ge.html
Abgerufen am: 03.12.2020

VOTUM DER PROPSTEIPFARREI ST. PETER UND PAUL (2018): *Unterwegs*.

WEINBERG, Ulrich (2015): *Networking Thinking. Was kommt nach dem Brockhaus-Denken?* Murmann Publishers GmbH. Hamburg.