

## Werkzeug „Freiraum schaffen“

Das Werkzeug „Freiraum schaffen“ unterstützt darin, bestehende Angebote und Dienstleistungen in z.B. Gemeinde, Kirchenkreis, Gruppen anhand einer Kombination von 4 x 2 Kriterien systematisch zu analysieren. So können Angebote herausgefiltert werden, die am ehesten ausgelagert, reduziert oder abgeschafft werden können.

- Auslagerung: Ausstieg aus dem Angebot durch Übergabe an andere Träger
- Reduktion: Aufrechterhaltung des Angebots bei Reduktion des eigenen Input
- Abschaffung: Eliminierung des Angebotes

**Wichtig:** Ziel ist das Schaffen von Freiräumen, d.h. die Gewinnung von Ressourcen für Neues. Eine reine Umverteilung der Ressourcen bringt nichts und wird nicht verfolgt.

Angebote und Dienstleistungen sind unter anderen Kasualien, Seelsorge, Gottesdienste, pädagogische Angebote, Konfirmandenarbeit, Freizeiten, Chor, Angebote für Kinder, Besuchsdienste, Seniorencafé, ...

Ressourcen sind berufliche Mitarbeitende, Ehrenamtliche, Finanzen, Immobilien, Räumlichkeiten, Partner:innen, ...

In der Anwendung muss zuerst das System geklärt sein, in dem die Analyse durchgeführt (Kirchengemeinde, Seelsorgeverbund, ...) wird. Außerdem müssen alle Ressourcen dokumentiert werden, die in diesem System vorhanden sind. Hierzu braucht es im Vorfeld eine genaue Aufstellung mit aktuellen Zahlen, Daten und Fakten.

Zusätzlich ist die Grundlage der Kommunikation zu klären, wer verständigt sich wie miteinander (Gemeindegemeinderat, Gemeindeteam, ...).

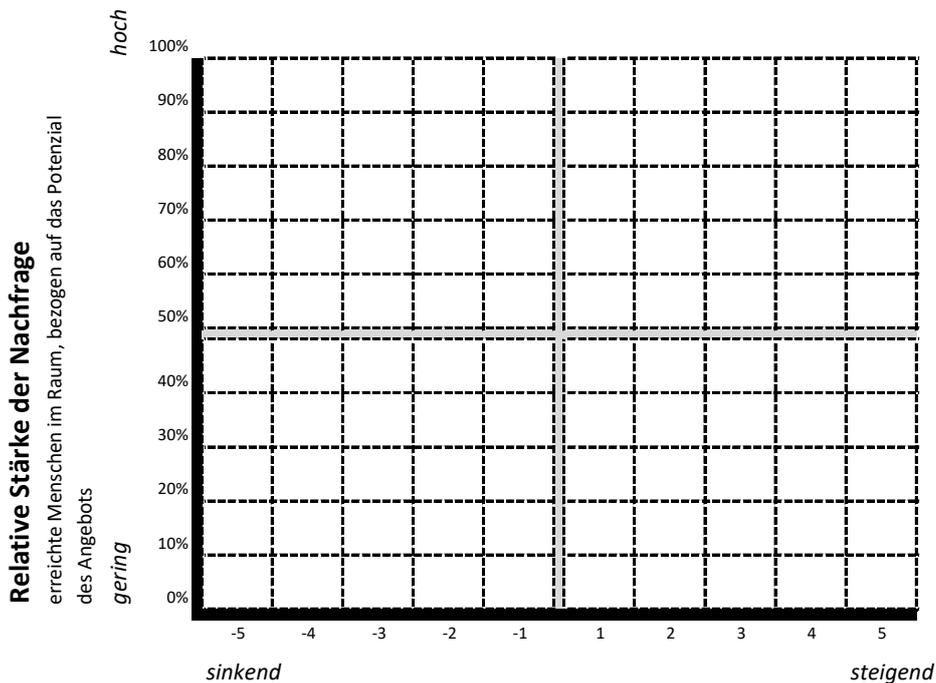
### Beispiel

System: Region im Kirchenkreis, ländlich

Ressource (die eingespart werden soll): Arbeitszeit von beruflichen Mitarbeitenden

Grundlage der Kommunikation: Gemeindeteam

# Nachfrage



Veränderung der Nachfrage bezogen auf einen bestimmten Zeitraum

## Nachfrageänderung

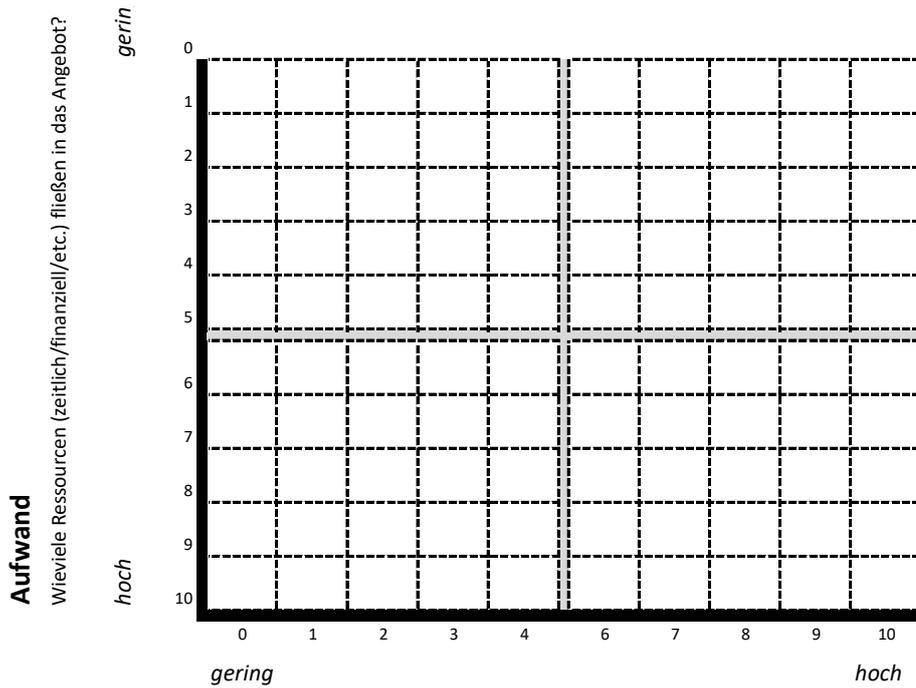
Die **Relative Stärke der Nachfrage** bezieht sich auf erreichte Menschen im Raum, bezogen auf das Potenzial des Angebots.

Auf der Skala von 0% bis 100% wird das Angebot entsprechend der Nachfrage eingeordnet. Angenommen zur Kirchengemeinde gehören 1000 Mitglieder, das Angebot wird regelmäßig von 10 Menschen wahrgenommen. Dann wäre die Nachfrage gering bei 1% einzuordnen.

Die **Nachfrageänderung** bezieht sich auf einen bestimmten, vorher festgelegten Zeitraum, z.B. fünf Jahre.

Auf der Skala -5 bis +5 wird das Angebot nach der Änderung der Nachfrage eingeordnet. Zum Beispiel, die Nachfrage hat sich in den letzten 5 Jahren von 8 auf 10 Menschen erhöht. Dann wäre die Nachfrage leicht steigend bei +1 einzuordnen.

## Aufwand und Nähe zum Kern



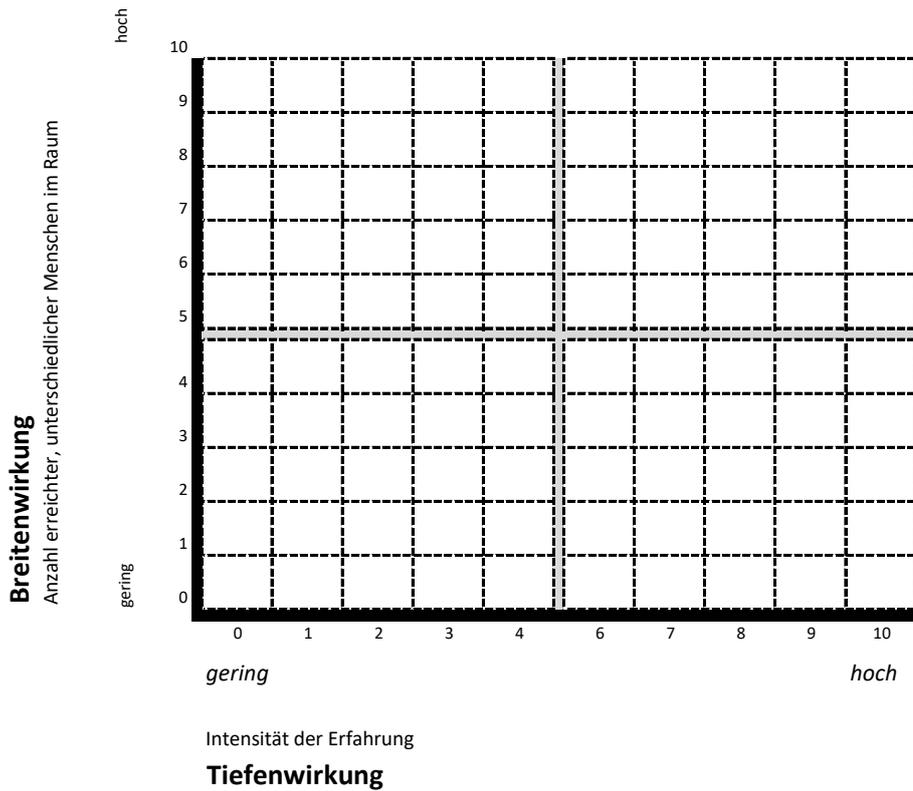
Wie nah ist das Angebot am kirchlichen Auftrag?

### Nähe zum Kern

Beim **Aufwand** geht es sowohl um die menschlichen, zeitlichen, als auch finanziellen Ressourcen. Auf der Skala 10 bis 0 (von unten nach oben) wird die Summe aller Ressourcen eingetragen, die aufgebracht werden, um das Angebot anzubieten. Je mehr Ressourcen benötigt werden, desto näher ist das Angebot bei 10, bei weniger bis geringem Aufwand näher der 0 einzuordnen.

Die **Nähe zum Kern** bezieht sich auf die Nähe zum kirchlichen Auftrag. Ist das Angebot nah dran, wie z.B. der Gottesdienst, wäre dieser hoch einzuordnen. Ist die Nähe gering, wie z.B. beim Seniorencafé, wird es entsprechen gering eingeordnet.

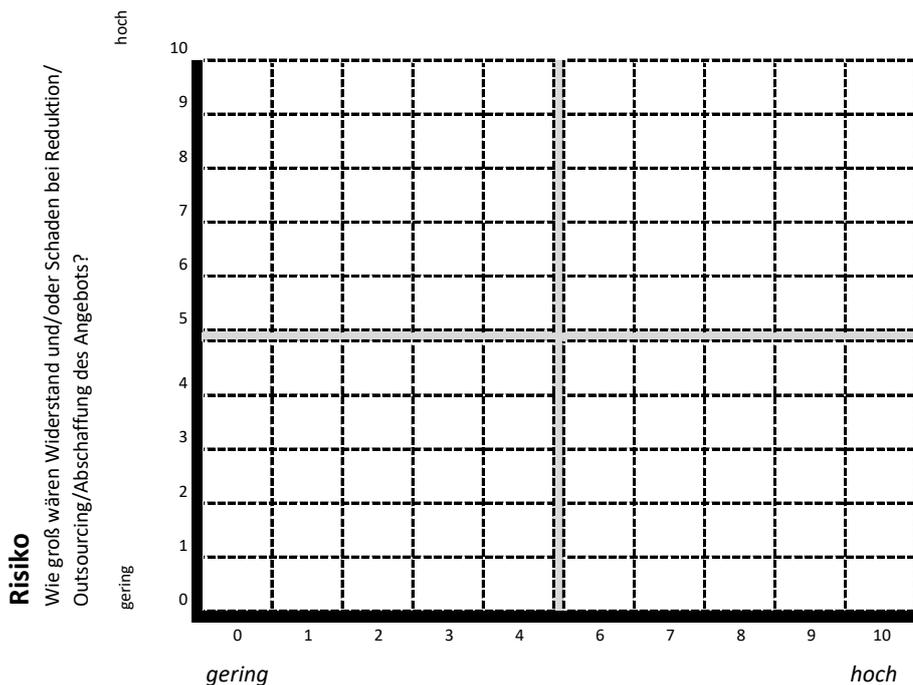
## Breiten- und Tiefenwirkung



Auf einer Skala von 0 bis 10 beschreibt die **Breitenwirkung** die Menge erreichter Menschen. Werden viele Menschen erreicht, dann ist die Breitenwirkung hoch, bei wenigen ist sie niedrig.

Die **Tiefenwirkung** bezieht sich auf die Intensität der Erfahrung des Einzelnen. Sprich wie intensiv wurde die Erfahrung erlebt und wie lange wirkt diese nach. Je intensiver und nachhaltiger die Erfahrung eingeschätzt wird, desto eher bewegt sich die Einordnung auf der Skala Richtung 10.

## Risiko und Chance



Wie groß ist das Potenzial, mit dem Angebot künftig neue Adressat:innen zu gewinnen?

### Chance

Das **Risiko** beschreibt den möglichen Schaden, den Widerstand der entsteht wenn das Angebot entsprechen reduziert, ausgelagert oder gar abgeschafft wird. Das kann sich auf das eigene System und / oder die Gesellschaft, den Kiez, das Dorf beziehen. Ist kaum Widerstand zu erwarten, wird das Angebot auf der Skala bei gering eingeordnet, bei zu erwartenden hohen Widerstand entsprechend hoch.

Bei der **Chance** geht es um das Potential des Angebotes, sprich um die künftige mögliche (Weiter-) Entwicklung des Angebots, um neue Menschen anzusprechen. Ist die Chance hoch wird das Angebot näher bei der 10 eingeordnet, oder entsprechend entgegengesetzt bei geringen Chancen.