



A07//

Hören und Wahrnehmen

Material für Teilnehmende

Version 2.1



Inhaltsübersicht und Zeitangaben

Inhalt
Teil 1: Die Bedeutung des Hörens
1.1 Geräusch-Quiz als Einstieg
1.2 Lernziele und Überblick
1.3 Clip „Hören und Wahrnehmen“
1.4 Das 360° Hören
Teil 2: Hören und Wahrnehmen in der Bibel
Arbeit an biblischen Texten
Teil 3: Was wir schon wissen
Berichte der lokalen Teams zum Kontext
Teil 4: Das 3 x 3 des Hörens & Wahrnehmens
4.1 Drei Ebenen
4.2 Drei Wahrnehmungsorgane
4.3 Drei Methoden
4.4 Drei erste Schritte
Teil 5: Den weiteren Prozess planen
5.1 Das 3 x 3 des Hörens planen
5.2 Klausur und Präsentation planen
Teil 6: Zusammenfassung und Fürbitte

Lernziele

Am Ende haben die Teilnehmenden

- die Wichtigkeit des Hörens und Wahrnehmens verstanden.
- wichtige biblische Texte dazu bearbeitet.
- die Stationen des „Hörens und Wahrnehmens“ in den Blick bekommen.
- dazu entsprechende Werkzeuge und Praxistipps erhalten.
- ihren weiteren Weg im lokalen Team geplant.



Teil 1: Die Bedeutung des Hörens

1.1 Geräusch-Quiz

Schreiben Sie auf, welche Geräusche Sie hören. Zwischen den Geräuschen ist jeweils 4 Sekunden Pause:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.

Oft nehmen wir etwas wahr und meinen genau zu wissen, was wir da sehen oder hören. Dabei kann es sein, dass wir falsche Rückschlüsse ziehen und unser Umfeld falsch einschätzen. Das passiert uns nicht nur mit Geräuschen, sondern oft auch mit Menschen. Wir wenden unsere bekannten Schubladen und Raster an und erliegen leicht unserem Vor-Urteil. Deshalb geht es in dieser Einheit um gründliches, genaues und mehrdimensionales Wahrnehmen als unverzichtbare Grundlage für den Start mit einer Fresh X.

1.2 Lernziele und Überblick

1.3 Videoclip „Hören und Wahrnehmen“

Notieren Sie in 2-3 Sätzen, warum das „Hören und Wahrnehmen“ für eine neue Ausdrucksform gemeindlichen Lebens wichtig ist. Sie haben dazu zwei Minuten Zeit.

1.4 Das 360° Hören

„Hören und Wahrnehmen“ sind zentral für die ganze Fresh X – Bewegung. Eine hörende Grundhaltung, ein missionales Hören zieht sich durch alles hindurch. Mission, so haben wir bereits an anderer Stelle gehört,



heißt »herausfinden, was Gott bereits tut und sich daran zu beteiligen« (John V. Taylor). Sorgfältiges Hören und Wahrnehmen des Kontextes ist der entscheidende Prozess, der unsere ganze Mission prägen soll (vgl. „Mission bringt Gemeinde in Form“ S. 70ff).

Wir können dabei vier Dimensionen und Richtungen unterscheiden: wir hören auf die anderen im Team (IN), auf die Gemeinden und die Kirche um uns herum (OF), wir hören auf die jeweilige Zielgruppe und deren Kontext (OUT). Und vor allem hören wir auf Gott (UP), um herauszufinden, wo er Menschen schon vorbereitet hat, wo er Türen öffnet. Hören und Wahrnehmen ist also nach allen Seiten hin notwendig. Wir reden deshalb von einem 360°-Hören.

Wir nehmen dann wahr und hören

- auf das, was sich in der Welt und in der ganzen **Gesellschaft** tut;
- auf das, was in der Kommune vor Ort und im **Gemeinwesen** abläuft und auf die Partner dort;
- auf die Menschen in unserem **Team** und in der Gemeinde vor Ort;
- auf die Erfahrungen der Kirche durch die Jahrhunderte hindurch und auf Partner in anderen **Gemeinden** und Konfessionen;
- auf die **Schrift** und die Theologie;
- auf das, was Gott uns durch das **Gebet**, durch das Hören in der Stille und die Reflexion im Team sagt.



Unser Ziel muss es sein eine Kultur des Hörens zu entwickeln.

360° Hören und die vier Beziehungsdimensionen von Kirche

Zusatzmaterial: 1. Hören und Wahrnehmen und die Fresh X – Bewegung



Teil 2: Hören und Wahrnehmen in der Bibel

Wir haben bis jetzt einen kleinen Einblick erhalten, welche Bedeutung das Hören und Wahrnehmen für den Start und die gesunde Entwicklung einer Fresh X haben. Allerdings handelt es sich dabei nicht um eine neue kirchliche Mode-Erscheinung. Hören und Wahrnehmen sind durch und durch biblisch. Das wird sowohl im Alten wie auch im Neuen Testament deutlich. So heißt es z.B. schon im Buch der Sprüche:

Ein Mensch, der antwortet, bevor er zugehört hat, zeigt seinen Unverstand und wird nicht ernst genommen.

Sprüche 18,13 (Gute Nachricht)

Alle Tischgruppen erhalten nun unterschiedliche Bibelstellen und unterhalten sich darüber, wie hier „Hören und Wahrnehmen“ geschieht.

1. Altes Testament

- a. Aussendung und Rückkehr der Kundschafter (4. Mose 13,17-33)
- b. Nehemias Trauer um Jerusalem und sein Gebet (Nehemia 1,1-11)
- c. Nehemia untersucht den Zustand der Mauern Jerusalems (Nehemia 2,11-20)

2. Neues Testament

- a. Der zwölfjährige Jesus im Tempel (Lukas 2,41-52)
- b. Die Aussendung der 72 (Lukas 10,1-11)
- c. Paulus in Athen (Apostelgeschichte 17,16-28)

Notizen:

Zusatzmaterial: 2. Fokussierung auf eine spezifische Zielgruppe

Durch diese Beispiele wird das biblische Mandat für das Hören und Wahrnehmen deutlich.

Der Prozess des Hörens und Wahrnehmens kann ein Fresh X – Team

- inspirieren und dabei helfen, die Vision und die Strategie zu klären.
- in seiner Berufung bestätigen.
- wahrnehmen lassen, was Gott bereits tut (Missio Dei).
- befähigen, die gute Nachricht für ihre Zielgruppe herauszufinden.

Insgesamt kann das Hören und Wahrnehmen schon der Beginn einer Fresh X sein.



Teil 3: Was wir schon wissen

Wir schlagen für das „Hören und Wahrnehmen“ einen Prozess vor, der sich in vier Phasen unterteilt. Diese vier Phasen sind Inhalt von Teil 3 bis 5 dieser Einheit:

1. Was wir schon wissen (Teil 3)

In dieser Phase sollte alles vorhandene Wissen von allen Team-Mitgliedern gebündelt werden.

2. Das 3 x 3 des Hörens und Wahrnehmens (Teil 4)

Hören und Wahrnehmen geschieht auf drei Ebenen (materiell, sozial, geistlich). Als Wahrnehmungsorgane sind Kopf, Herz und auch unser Bauchgefühl gefragt. Hilfreich sind drei Methoden (beobachten, untersuchen, ins Gespräch kommen). Solch intensives Hören und Wahrnehmen führt zu ersten drei Schritten auf dem Weg zu einer Fresh X.

3. Reflexion und Überprüfung – das Evangelium für die Zielgruppe (Teil 5)

Im Rahmen einer Team-Klausur werden die Erkenntnisse gesichtet. Eine Zeit der Stille und des Hörens ist wichtig. Das „Evangelium für die Zielgruppe“ kann so in Umrissen deutlich werden.

4. Öffentliche Präsentation (Teil 5)

Das Team präsentiert die Ergebnisse der Recherche und eine erste Vision für den Start mit einer Fresh X in einem Leitungsgremium oder für die ganze Gemeinde

Was wir schon wissen

Präsentieren Sie mit den mitgebrachten Fotos, Ausschnitten, Gegenstände oder Landkarten etc. Ihre Zielgruppe und den Kontext ihrer Zielgruppe. Sie haben dafür maximal zwei Minuten Zeit. Hören Sie sich auch die anderen Geschichten an, die hier erzählt werden.



Teil 4: Das 3 x 3 des Hörens und Wahrnehmens

Zusatzmaterial: 3. Unterschiedliche Recherche für unterschiedliche Zwecke

Die allerersten Fragen im Blick auf die Zielgruppe könnten sein:

- Handelt es sich eher um eine geographische Nachbarschaft oder um ein Netzwerk?
- Wie groß ist die Zielgruppe (zahlenmäßig) und wie setzt sie sich zusammen?
- Welchen Sinusmilieus lässt sie sich zuordnen? (siehe **A02 – Gesellschaft im Umbruch – Kirche im Aufbruch**)
- Welche Meinungen über Kirche und Glauben gibt es seitens der Zielgruppe ?
- Welche Beziehungen bestehen bereits zur Zielgruppe?

Zusatzmaterial: 4. Die ersten Phasen des Hörens und Wahrnehmens

4.1 Drei Ebenen

- **Materiell**

Wenn es sich beim Kontext unserer Zielgruppe um ein geographisches Gebiet oder eine Nachbarschaft (Kiez) handelt, bieten sich hier wesentlich mehr Möglichkeiten der Recherche. Es geht dabei z.B. um die Wohnverhältnisse und die Verkehrsanbindung, um öffentliche Einrichtungen, um Sauberkeit und Ordnung. Details wie die Art der Hauseingänge und Häuser, die Anzahl und Marken der Fahrzeuge, der Charakter der Bushaltestellen, der Grünanlagen oder auch die Kioske, all das erzählt eine Geschichte.

Wenn unsere Zielgruppe dagegen in einem Netzwerk oder einer Szene zuhause ist müssen wir auf der materiellen Ebene die Knoten- und Treffpunkte „der Szene“ kennenlernen. Diese können uns sehr viel darüber verraten, wie unsere Zielgruppe „tickt“.

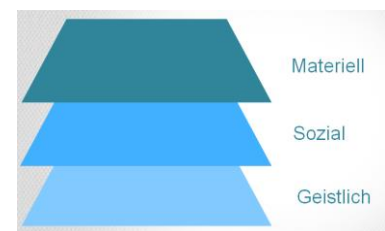
- **Sozial**

Hier geht es vor allem um demografische Daten, die wir z.T. im Internet finden oder bei kommunalen Stellen oder aus anderen Quellen beziehen können. Wie hoch ist das durchschnittliche Einkommen unserer Zielgruppe? Wie viele Alleinerziehende gibt es? Wie hoch ist die Arbeitslosigkeit, die Kriminalität, die Zahl der Hauseigentümer, die Anzahl der Personen pro Haushalt? Wie hoch ist der Anteil der Menschen mit Migrationshintergrund? Wie ist die Altersstruktur?

Hier wird die Überschneidung mit der materiellen Ebene deutlich: wenn es dort z.B. viele Gaststätten und Kneipen gibt oder viele Apotheken oder viele Fitness-Studios, sind das alles deutliche Signale in eine bestimmte Richtung.

- **Geistlich**

Ein Besuch im Einwohnermeldeamt, ein Spaziergang durch eine Siedlung oder eine Stippvisite im Treffpunkt einer Szene wird auch schon erste Hinweise für die geistliche Ebene liefern. Buchhandlungen mit einer großen New Age-Abteilung oder die „Therapeuten-Dichte“ in bestimmten Stadtteilen sprechen ihre eigene



Materiell

Sozial

Geistlich



Sprache. Hilfreich ist sicher auch ein Besuch in der Stadtbibliothek, um sich über die lokale Geschichte zu informieren oder ein Blick in das Angebot der Volkshochschule. Ein wirklich umfassendes Verständnis der geistlichen „Demografie“ gewinnt man allerdings erst durch Begegnungen und durch tiefere Beziehungen zu den Menschen – egal ob in der Nachbarschaft oder im Netzwerk..

4.2 Drei Wahrnehmungsorgane

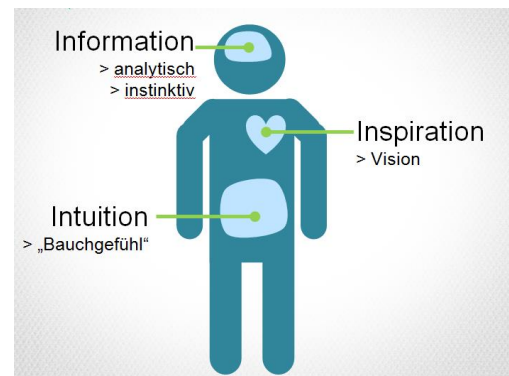
Hören und Wahrnehmen ist eine vielschichtige Aktivität. Kopf, Herz und unser Bauchgefühl sind gefragt.

Inspiration – Herz

Beim Hören und Wahrnehmen geht es darum, Gottes Herz für die Menschen um uns herum zu entdecken. Dabei ist es hilfreich den Kontext (sei es ein geographisches Gebiet oder ein Netzwerk oder eine Lebenswelt), in den hinein wir uns gerufen fühlen, intensiv wahrzunehmen.

Dazu ein Zitat von Sara Savage: „Die Erfahrung, dass mir jemand wirklich zuhört, kommt der Erfahrung, geliebt zu werden, so nahe, dass beide kaum voneinander zu unterscheiden sind.“

Der Kontakt zu unserer Zielgruppe kann dort Herzen berühren – und er wird unser Herz berühren. Dann wird Hören und Wahrnehmen zu einem geistlichen Prozess. Gott legt uns bestimmte Personen und Zielgruppen „aufs Herz“. Durchs Gebet, durch das Lesen der Bibel oder von Hintergrund-Informationen, durch die Reflexion mit anderen Christen kann Gott zu uns reden.



Intuition – Bauchgefühl

Obwohl unser Bauchgefühl oft weniger zuverlässig ist, gibt es sehr intuitive Menschen, die einfach ein Gespür für die Dinge haben. Das ist dann eine besondere Fähigkeit, die sehr wertvolle Einsichten liefern kann. Solche intuitiven Wahrnehmungen können unser Bild vom Kontext vervollständigen. Wie bei allen Dingen, die wir „automatisch“ wissen, da wir sie im Rahmen unserer Lebenserfahrung sammeln, sollten wir allerdings auch diese „Bauchgefühle“ überprüfen, damit wir nicht Opfer unserer Vorurteile werden.

Information – Kopf

Informationen zu sammeln ist zentraler Bestandteil der Recherche und für ein effektives Hören immens wichtig. Es gibt dabei zwei verschiedene Ebenen:

- **Automatisch/Instinktiv:** Teams besitzen oft schon viele Informationen über den Kontext durch alltägliche Erfahrungen und Begegnungen. Dieses Wissen kann den Einzelnen bewusst sein oder eher unbewussten Charakter haben. Je intensiver unsere Berührungspunkte mit den Menschen und dem Kontext werden, desto mehr wird davon in unserer Erinnerung abgespeichert. Aber gehen Sie nicht davon aus, dass Sie das ganze Bild vor sich haben. Gehen Sie nicht einmal davon aus, dass alles, was Sie aufgeschnappt haben, auch korrekt ist: Vieles sind Vermutungen aus zweiter Hand oder Vorurteile.
- **Analytisch:** Hier handelt es sich um einen aktiven Ansatz. Wir recherchieren und suchen nach den Informationen, die wir brauchen. Im Zusatzmaterial und am Ende dieser Unterlagen finden sich dazu viele Anregungen.



Zusatzmaterial: 5. Den Kontext unserer Mission vergegenwärtigen

Nehmen Sie sich zwei Minuten Zeit für die Frage:

- Wie ticke ich? Was sind meine stärksten Wahrnehmungsorgane?
- Bringen Sie Kopf/Intellekt – Herz/Emotion – Bauchgefühl/Intuition in eine persönliche Reihenfolge. Was springt bei Ihnen zuerst an? Was ist eher „unterentwickelt“?

Tauschen Sie sich in der Tischgruppe aus. Ergänzen Sie sich im Team wechselseitig?

4.3 Drei Methoden

Wir haben drei Ebenen (materiell, sozial, geistlich) unterschieden, auch drei verschiedene Arten des Wahrnehmens betrachtet. Jetzt geht es um drei Methoden, die für diesen Prozess zentral sind:

- **Beobachten**

Gehen Sie in den Stadtteil oder die Nachbarschaft Ihrer Zielgruppe. Wichtig ist dabei ganz aufmerksam zu sein, sich Zeit zu nehmen, intensiv hinzusehen und betend spazieren zu gehen. Ein solcher Gebets-Spaziergang kann wertvolle Einblicke auf der materiellen, sozialen und geistlichen Ebene liefern. Gebet kann man mit „h“ schreiben: Geh-Bet...

Oder Sie besuchen die Treffpunkte des Netzwerks oder der Szene. Vielleicht setzen Sie sich auch auf eine Parkbank oder ins Café oder in die Kneipe und nehmen intensiv wahr, was um Sie herum geschieht. Wie gut kennen sich die Menschen untereinander? Wie sieht ihr Tagesablauf aus? Wo treffen sie sich? Was nehmen Sie an geistig-seelischer Verfassung bei ihnen wahr? Lernen Sie in positiver Weise neugierig zu sein.

- **Untersuchen**

Hier geht es um sachliche Recherche, um Daten und Fakten, um Statistiken und Erhebungen, um die lokale Geschichte, um Hintergrund-Literatur, um kommunale Mitteilungsblätter oder örtliche Branchen- oder Tageszeitungen. Überlegen Sie (auf Grund Ihrer Beobachtungen und ihrer Gespräche), was Sie unbedingt wissen sollten. Erstellen Sie eine Frageliste. Welche Quellen gibt es? Vielleicht gibt es in Ihrem Team jemand, der im Bereich „Untersuchen“ seine starke Seite hat und hier Wissen und Motivation mitbringt.

- **Ins Gespräch kommen**

Erst der direkte Dialog führt zu einem wirklich intensiven Hören und Wahrnehmen. Sie unterhalten sich, sie stellen Fragen, sie hören die Geschichten, die den Alltag und die Sehnsüchte ihrer Zielgruppe widerspiegeln. Sie werden nicht nur viel erfahren, sie werden auch mit hinein genommen in die Biographien der Menschen. Beziehungen entstehen, wenn andere erfahren, dass Sie es ernst meinen, dass Sie wirklich zuhören. Dies vermittelt ein starkes Gefühl der Wertschätzung und Liebe.



Sie werden vermutlich zuerst mit den Menschen reden, die Ihnen aus erster Hand Kenntnisse über den Kontext liefern können. Welche Experten im Blick auf ihre Zielgruppe gibt es? (Experte kann die Sozialarbeiterin, der Vereinsvorstand oder die Lokalpolitikerin sein - aber auch der Kneipenwirt oder der Hausmeister der Schule...) Danach können Sie den Blickwinkel erweitern und sich mit gesellschaftlichen Gruppen, mit Vereinen und lokalen Initiativen unterhalten.

Fragebögen können manchmal hilfreich sein um ein Gespräch in Gang zu bringen. Sie helfen zudem sich auf die wichtigsten Informationen zu konzentrieren.

Um ins Gespräch zu kommen, können Sie

- mit Schlüsselpersonen oder Repräsentanten der Zielgruppe ausführliche Gespräche führen (Anregungen für Fragen finden Sie weiter unten).
- Video-Interviews durchführen, indem Sie auf der Straße oder an einem der Treffpunkte mit einer Videokamera die Menschen interviewen, die dort vorbeikommen.
- kleine Gruppen zu einem informellen Treffen in entspannter Atmosphäre einladen. Sorgen Sie für Essen und Trinken und eine herzliche Begrüßung. Bitten Sie ihre Gäste Ihnen mehr über ihr gesellschaftliches Umfeld und ihren Kontext zu erzählen.
- der Zielgruppe dienen, indem Sie z.B. praktische Hilfe oder ein Treffen anbieten. So lernen Sie auf natürliche Weise diejenigen kennen, die kommen, und werden ihre Anliegen besser verstehen. Vertrauen kann entstehen – und Vertrauen ist die wichtigste Währung im Umfeld einer Fresh X. Solch ein soziales Engagement kann durchaus schon der Anfang einer Fresh X sein.

Verbinden Sie die gewonnenen Einsichten immer mit der Frage, was Gott ihnen dadurch sagen will. Wo fordert Gott Sie heraus? Welche geistlichen Bedürfnisse verbergen sich hinter dem, was Sie hören und wahrnehmen? Wie könnte das Team mit einer Fresh X darauf zu reagieren?

Hier einige vertiefende Fragen, die Sie stellen können:

- Welche Entbehrungen und Schwierigkeiten, welche Freuden und Vergnügungen zeigen sich im Leben der Menschen?
- Gibt es Bedürfnisse, auf die sie durch einen liebevollen Dienst oder ein entsprechendes Engagement eingehen sollten?
- Was schätzen die Menschen am meisten? Auf welche Dinge legen sie weniger Wert?
- Welchen Umgang haben die Menschen mit Gott? Ist Kirche und Gottesdienst für sie eine Option? Beten sie?
- Auf welche Art und Weise lernt man in diesem Milieu oder in dieser Nachbarschaft neue Leute kennen?

4.4 Drei erste Schritte

Erinnern wir uns nochmals an das Zitat von Sara Savage: „Die Erfahrung, dass mir jemand wirklich zuhört, kommt der Erfahrung, geliebt zu werden, so nahe, dass beide kaum voneinander zu unterscheiden sind.“

Wenn das richtig ist, dann ist „Hören und Wahrnehmen“ nicht nur Recherche im Vorfeld, dann ist es bereits der Start für eine Fresh X. Es geht nicht um einen weiteren Ordner mit Daten in unserem Regal – wir lassen uns beim „Hören und Wahrnehmen“ schon tief auf die Menschen ein, zu denen wir gesandt sind. Erste Beziehungen und Vertrauen entstehen.



So unternehmen wir beim „Hören und Wahrnehmen“ schon wichtige erste Schritte, die unser Team verändern, die uns Schlüsselpersonen in der Zielgruppe und mögliche Partner-Organisationen erkennen lassen.

- **Transformationsprozess für das Team**

Wirkliches „Hören und Wahrnehmen“ geht über bloßes Sammeln von Fakten hinaus. Wir begegnen den Menschen, zu denen wir uns gesandt wissen. Wir erleben die materielle, soziale und geistliche Dimension des Kontextes. Deshalb sollte das „Hören und Wahrnehmen“ eine Sache des ganzen Teams sein, nicht nur der Leitung. Wird es intensiv praktiziert, geschieht im Team ein Transformationsprozess. Wir lassen unsere Vorstellungen los, fangen an die Menschen und den Kontext mit den Augen Gottes zu sehen. Hören und Wahrnehmen ist Stoff für Hirn und Herz, der uns verändert.

- **Auf Schlüsselpersonen (Menschen des Friedens) achten**

Als Jesus seine Jünger in Zweierteams aussandte, forderte er sie auf, nach „Menschen des Friedens“ Ausschau zu halten (Lukas 10,6). Wir werden das in einer späteren Einheit noch vertiefen. Menschen des Friedens sind Schlüsselpersonen. Sie nehmen die Boten Jesu wohlwollend auf und fördern sie. Ist das nicht faszinierend? Es gibt Menschen, die wir noch nicht kennen, die aber von Gott vorbereitet sind und uns willkommen heißen werden. Auch hier gilt: „Mission heißt herausfinden, was Gott bereits tut und sich daran zu beteiligen“ (John V. Taylor).

- **Erste Partnerschaften eingehen**

In der Phase des Hörens und Wahrnehmens entstehen in der Regel auch bereits Kontakte zu gesellschaftlichen Gruppen, zu Vereinen oder lokalen Einrichtungen. Ein intensives Hören und Wahrnehmen ist praktizierte Wertschätzung – und kann den Weg bereiten für erste Partnerschaften und künftige Kooperationen. Wo gibt es gemeinsame Anliegen und Schnittmengen? Wo wird Interesse an Zusammenarbeit signalisiert?



Teil 5: Den weiteren Prozess planen

5.1 Das 3 x 3 des Hörens und Wahrnehmens planen

Planen Sie in Ihrem Team die nächsten Schritte des „Hörens und Wahrnehmens“, indem Sie folgenden Fragen nachgehen:

- Wo liegen die Stärken der Team-Mitglieder im Blick auf „Wahrnehmungsorgane“? Wer sieht seinen Beitrag eher im Beobachten, im Untersuchen, in Gesprächen?

- Was sind meine drei ersten Schritte der Recherche?
 - (1)
 - (2)
 - (3)

- Wann trifft sich das lokale Team, um erste Ergebnisse zusammenzutragen und die Fünf-Minuten-Präsentation für das Wochenende vorzubereiten?

- Auf welche Weise werden die Ergebnisse festgehalten? Soll es eine Art Landkarte, ein ›Reisetagebuch‹ geben? Oder ein großes UP-OUT-IN-OF-Plakat? Ist ein gemeinsamer Dropbox-Ordner hilfreich? Wo sind Fotos wichtig? Wer fotografiert Flipchart –Blätter o.ä.?

5.2 Klausur und öffentliche Präsentation planen

Das „Hören und Wahrnehmen“ ist nie abgeschlossen.

Trotzdem ist es hilfreich, dass jedes Team jetzt schon eine Klausur einplant. Sie wird in der Regel nach der ersten Präsentation auf dem Wochenende und nach weiteren Recherchen und Gesprächen liegen. Das kann ein Tag der Stille oder ein Klausur-Nachmittag des Teams sein.

Eine solche Teamklausur hilft „sich ein Bild zu machen“. Sie könnten dazu die Karten, Schaubilder und Fotos, die Sie gemacht haben, aufhängen oder auf dem Boden auslegen, auch zentrale Daten und Fakten. Die wichtigsten Geschichten und Erkenntnisse werden miteinander geteilt, aber auch die offenen Fragen. „Was hat mir Gott in diesem Prozess aufs Herz gelegt?“ wird für alle eine zentrale Leitfrage dabei sein. Welche Bibelworte sind uns wichtig geworden? Welche Verheißungen hat Gott uns gegeben?



Bei der Klausur sollte auch Zeit und Raum sein, damit die Einzelnen in die Stille gehen können. Eventuell ist auch eine Begleitung durch eine externe Person hier hilfreich.

Gemeinsam gilt es dann sich der Herausforderung zu stellen: Was ist die „Gute Nachricht“ für unsere Zielgruppe? Dazu hier noch ein paar erste Anregungen. Weitere finden sich im Zusatzmaterial.

Zuspruch – Evangelium

Evangelium ist „Gute Nachricht“ – Freuden-Botschaft. Wir sehen vielleicht die Vergebung und die Versöhnung als zentralen Punkt des Evangeliums. Aber das muss nicht für alle Zielgruppen und Kulturen der Einstieg in die Reise des Glaubens sein.

Das Evangelium ist Gottes Antwort auf jedes menschliche Bedürfnis:

<i>Einsamkeit</i>	<i>Gottes Freundschaft</i>
<i>Leere</i>	<i>Lebensfülle</i>
<i>Schuld</i>	<i>Vergebung</i>
<i>Zerbrochenheit</i>	<i>Ganzheit</i>
<i>Krankheit</i>	<i>Heilung</i>
<i>Abhängigkeit</i>	<i>Freiheit</i>
<i>Ausgrenzung</i>	<i>Erwählung</i>
<i>Unbrauchbar</i>	<i>Unendlich wertgeschätzt</i>
<i>Ziellos</i>	<i>berufen</i>
<i>Tod</i>	<i>Ewiges Leben</i>
<i>etc.</i>	<i>etc.</i>

Wenn wir das vielschichtige Wesen der Guten Nachricht verstehen, können wir die stärksten Anknüpfungs- oder Einstiegspunkte für unsere Zielgruppe und ihren Kontext entdecken. Letzten Endes ist es Gottes Absicht, dass die Gute Nachricht jeden Lebensbereich transformiert.

Ein wichtiger Baustein der Team-Klausur wird also sein, intensiv darüber nachzudenken, auf welche Art und Weise das Evangelium wirklich eine Gute Nachricht für Ihre Zielgruppe darstellt. Dazu können folgende Fragen helfen:

- Welche Aspekte des Evangeliums sind für Ihre Zielgruppe wichtig und relevant?
- Welche werden am ehesten verstanden? Wo sind die „Zugangstüren“?
- Wie könnten Sie als Team dieses „Evangelium“ ihrer Zielgruppe kommunizieren und veranschaulichen?

Anspruch – Herausforderung

Das Evangelium für ihre Zielgruppe klar zu bekommen ist wichtig. Aber das ist nur eine Seite der Medaille. Sie werden sich genau so viel Zeit nehmen müssen, sich darüber Gedanken zu machen, welche Herausforderung die Gute Nachricht für die Zielgruppe darstellt. Es geht um die Einladung zur Nachfolge. Entscheidend für unsere Fresh X wird sein, ob sie Jünger hervorbringt, Nachfolger Jesu. Der Ruf Christi ist beides: Zuspruch und Anspruch. Er ermutigt, aber er fordert auch heraus.

Fragen Sie sich, was bei der Zielgruppe zu der größten Transformation und Veränderung führen wird. Wie wird in diesem Kontext Reich Gottes, also die Herrschaft Gottes konkret? Was steht dem entgegen?



<i>Egozentrisch</i>	<i>Auf Gott ausgerichtet</i>
<i>Alles offen halten</i>	<i>Bindung</i>
<i>Wankelmütig</i>	<i>Hingabe</i>
<i>Individualistisch</i>	<i>Gemeinschaft</i>
<i>Kritisch</i>	<i>Vertrauend</i>
<i>Stolz</i>	<i>Demütig</i>
<i>Zynisch</i>	<i>Hoffnungsvoll</i>
<i>Bequemes Leben</i>	<i>Kampf</i>
<i>Macht</i>	<i>Dienst</i>
<i>Maßlos</i>	<i>Selbstdiszipliniert</i>
<i>Von 'Wünschen' kontrolliert</i>	<i>Durch den Heiligen Geist geführt</i>

Wie können Sie als Team das deutlich machen und kommunizieren? Wie wollen Sie die „Alternative Gottes“ in diesem Kontext leben? Wenn wir als Team unsere Gemeinschaft und unser gemeinsames Leben entwickeln, sollten wir auch darauf bedacht sein, einige der „Alternativen“ der Guten Nachricht in diesem Kontext modellhaft vorzuleben – und so einen kulturellen Kontrapunkt setzen.

Unsere Motivation kann dabei nur aus einer echten, von Gott gegebenen Liebe kommen für die Menschen, zu denen wir gesandt sind.

So sehr hatten wir euch ins Herz geschlossen! Ihr wart uns so lieb geworden, dass wir mit ebenso viel Freude, wie wir euch das Evangelium weitergaben, auch unser ganzes Leben mit euch teilten.

1. Thessalonicher 2,8 (NGÜ)

Sie merken, dass der Prozess des Hörens auf ganz natürliche Weise zum Handeln führt.

Präsentation in der Öffentlichkeit

Irgendwann ist es dann Zeit „einen Gang hochzuschalten“. Das kann bedeuten, dass Sie jetzt auch andere mit in Ihr Boot holen – als aktive Team-Mitglieder, als Unterstützer im Gebet oder mit Finanzen. Oder dass Sie sich für weitere Schritte „grünes Licht“ geben lassen von einem Leitungsgremium.

Deshalb sollten Sie in absehbarer Zeit alles, was sich auf der Klausur an Gesamtbild und erster Vision ergeben hat, mit anderen teilen. Spätestens bei der Team-Klausur sollten Sie planen...

- ob und wann Sie Ihre Vision einem Leitungsgremium vorstellen.
- ob und wann Sie Ihre Vision Freunden, der Gemeinde oder möglichen Unterstützern präsentieren.

Diskutieren Sie in Ihrem Team:

- Wann und wo macht eine Team-Klausur Sinn?
- Welche Personengruppe oder welches Gremium sollte als erstes informiert werden?



Teil 6: Abschluss und Fürbitte

Verbringen Sie die letzten Minuten in Reflexion und Gebet eventuell bei Musik, die im Hintergrund läuft, Hören Sie auf Gott im Blick auf die Schlüsselthemen und die nächsten Schritte.

Feedback zur Kurs-Einheit

Am Ende des Kurses würden wir Ihnen gerne einige wenige Fragen zu den Einheiten stellen. Für dieses Feedback am Ende des Kurses – und auch für Ihre persönliche Reflektion – ist es hilfreich, wenn Sie die folgenden zwei Fragen auszufüllen:

1. Würden Sie an der Einheit etwas verändern? Wenn ja, bitte beschreiben Sie was und wenn möglich auch warum:

2. Welchen Teil dieser Einheit empfinden Sie als besonders hilfreich? Warum?

(Auf diese Notizen können Sie dann beim Feedback am Ende des Kurses zurückgreifen.)

Wir freuen uns sehr, wenn Sie uns darüber hinaus zeitnah nach der Teilnahme an dieser Einheit einige kurze Fragen online beantworten.

Bitte benutzen Sie dazu folgenden Link: <https://de.surveymonkey.com/s/Einheiten>

Vielen Dank für Ihre Hilfe.



Weiteres Material

Literaturempfehlungen

- Gott im Milieu: Wie Sinusstudien der Kirche helfen können, Menschen zu erreichen**
Heinzpeter Hempelmann, Brunnen 2012
- Die Welt verstehen: Kontextanalyse als Seehilfe für die Gemeinde**
Tobias Faix; Johannes Reimer, Francke 2012
- Mission bringt Gemeinde in Form - Gemeindepflanzungen und neue Ausdrucksformen gemeindlichen Lebens in einem sich wandelnden Kontext,**
Michael Herbst (Hg.), Aussaat 2006.
- Church for Every Context: An Introduction to Theology and Practice**
Michael Moynagh, SCM Press 2012.

Ergänzendes Arbeitsmaterial zur Vertiefung

Für diese Einheit sind hier Ideen aufgelistet, wie Sie den Inhalt vertiefen können, wie Sie ihn sich aktiv aneignen und wie Sie daran weiterdenken können. Eine grobe Orientierung für Schwierigkeitslevel und Dauer der Vorschläge ist in der linken Spalte angegeben. Teamaktivitäten sind mit gekennzeichnet. Sie können je nach Zeit und Lust auswählen. Machen Sie sich Notizen in Ihr Kurstagebuch dazu.

Level	Inhalt	√
	Vertiefung	
•	Lesen Sie Lukas 2,46f. Nehmen Sie sich Zeit für eine Meditation über die Geschichte von Jesus im Tempel. Was genau hat Jesus in der Geschichte getan? Wie können Sie seinem Beispiel folgen?	
	Aktivität	
••	Notieren Sie (allein oder mit anderen) in Ihrem Kurstagebuch was Ihnen in dieser Lektion wichtig wurde, indem Sie die folgenden Fragen beantworten: <ul style="list-style-type: none"> • Was haben Sie über das Hören und Wahrnehmen als Teil neuer Formen von Gemeinde und Mission gelernt? • Wie können Sie dies am besten in Ihre Situation transferieren? 	
•••	Praktische Übung: 3 x 3 des Hörens und Wahrnehmens Das Hauptergebnis dieser Einheit wird darin bestehen, den Prozess des Hörens und Wahrnehmens zu beginnen, der hier vorgestellt ist. Planen Sie, wie Sie die noch ausstehenden Phasen gestalten und wann Sie sie umsetzen wollen. Einige zusätzliche Fragen und Anregungen finden Sie weiter unten.	
	Weiterdenken	



	<p>Diese Fragen können bei ihrer Recherche und Ihrem Hören helfen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Haben Sie die Zielgruppe für Ihre Fresh X definiert? Wissen Sie, um wie viele Personen es sich handelt? • Geht es eher um ein Netzwerk oder ein geographisches Gebiet? Welche Treffpunkte oder Aktivitäten der Zielgruppe gibt es? • Wie sehen die demographischen Fakten dieser Zielgruppe(n) aus? Welche unterschiedlichen sozialen, kulturellen Gruppen oder Generationen gibt es dort? Haben Sie Zugang zu Daten über diese Gruppen? • Ist Ihre Zielgruppe a) eher ländlich b) dörflich, c) städtisch, d) vorstädtisch e) großstädtisch geprägt? Welche sozialen und kulturellen Faktoren prägen? • Gibt es in ihrer Zielgruppe: <ul style="list-style-type: none"> a) »Alteingesessene« und Zugezogene/Fremde? b) Selbständige und Arbeiter? c) Menschen, die vor Ort arbeiten und solche die pendeln? • Welche anderen Kirchen und Organisationen sind in Ihrem anvisierten Kontext aktiv? Kennen Sie ihre Pläne und Ziele? • Gibt es Angaben über Kirchenbesuch? Nach Altersgruppen differenziert? <p>Vertieftes Hören und Wahrnehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mit wem könnten sie reden, der Ihren anvisierten Kontext sehr gut kennt? • Haben Sie schon einen Gebetsspaziergang gemacht oder eine Umfrage in Ihrem Gebiet / Netzwerk? Welche Fragen würden Sie stellen? • Welche Art von Gebet könnte Sie dieser Gruppe nahebringen? Zu was für einer Art von Treffen könnten Sie die Zielgruppe einladen? • Wie könnten Sie auf natürliche Art am Alltag ihrer Zielgruppe teilhaben? • Was hat Gott ihnen über Ihre Kirche und Ihren Kontext gesagt? 	
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Anwendung auf Ihr Projekt

- Kann Ihre Zielgruppe auf einer Karte sichtbar gemacht werden? Falls ja, besorgen Sie eine Karte und markieren sie a) die wichtige Treffpunkte und b) die Wohnorte aktiver Gemeindemitglieder dort.
- Welche Wissenslücken wurden durch die oben stehenden Fragen sichtbar? Erstellen Sie eine Liste. Überlegen Sie, wie Sie diese Informationen bekommen.
- Welche anderen Informationen sind für die Entwicklung Ihrer Fresh X nützlich?
- Welche kommunalen Daten wären hilfreich im Blick auf Ihren Kontext?
- Erstellen Sie einen Aktionsplan und halten Sie fest, wer jeweils der oder die Verantwortliche ist.

Aktionsplan...	Wer?	Bis wann?
... für ein geographisches Gebiet		
<ul style="list-style-type: none"> • Besorgen Sie eine Karte des Gebietes. Markieren sie dort lebende Gemeinde- oder Teammitglieder, aber auch Schlüsselpersonen, die 		



<p>noch keine Christen sind, mit denen Sie aber in Kontakt sind.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besorgen Sie sich demographische Informationen aus der Bibliothek oder dem Internet (Anzahl der Einwohner, Altersverteilung, sozialer und ethnischer Mix, ökonomische Indikatoren, glaubensmäßige Bindungen). Bereiten Sie einen kurzen Bericht mit Tabellen und Schaubildern vor. • Gehen Sie in den Straßen spazieren und beten Sie dabei. Halten Sie Ihre Augen offen für besondere Gebäude und Orte. Was beobachten Sie, was fühlen Sie? • Wo befinden sich die wichtigen Treffpunkte? Der Schulhof, die Kneipe, die Straßenecke, an der sich die Teenager versammeln? Zeichnen Sie diese auf Ihrer Karte ein. • Entdecken Sie die Geschichte des Gebietes: Was hat die Geschichte des Viertels bzw. des Gebietes geformt? • Sind hier Gemeinden aktiv? Erreicht die Kirche dieses Gebiet überhaupt? Wo sind dabei Stärken und Schwächen? • Welche anderen (kommunalen) Einrichtungen sind in Ihrem Gebiet vorhanden, mit denen Sie kooperieren könnten? 		
<p>... für ein Netzwerk</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • Arbeiten Sie Altersprofil, sozialen Hintergrund und demographische Fakten ihres Netzwerkes heraus. • Identifizieren Sie Treffpunkte. Gibt es virtuelle Treffpunkte? • Wie geschieht Kommunikation im Netzwerk? Wodurch? • Wer sind die Schlüsselpersonen, die meinungsbildend sind innerhalb des Netzwerkes? • Wer arbeitet bereits innerhalb dieser Zielgruppe (Kirchen / Organisationen etc.) und was machen sie genau? • Malen Sie auf einem Flipchart ein Netzwerk oder eine Art Diagramm, in das sie alles, was Sie erforscht haben, eintragen. 		