



A07//

Hören und Wahrnehmen

Material für Kursleitende

Version 2.1



Informationen für Kursleitende

Danke

Danke, dass Sie sich als Kursleiter/in für *Fresh X – Der Kurs* zur Verfügung stellen. Die Zeit, die Sie für die Vorbereitung und Durchführung investieren, wissen wir sehr zu schätzen.

Wir freuen uns immer über Rückmeldungen von ehemaligen Fresh X – Kursleitenden. Falls Sie uns Ihre Gedanken zu diesem Kurs oder einzelnen Einheiten mitteilen wollen, so senden Sie uns bitte eine E-Mail an kurs@freshexpressions.de.

Mit den besten Wünschen,
Ihr Redaktionsteam des *Fresh X – Kurses*

Wichtige Grundsätze

Für die Leitung des *Fresh X – Kurses* ist eine sorgfältige Beachtung des Zeitrahmens sehr wichtig. Es ist unbedingt notwendig, dass Sie der praktischen Anwendung in Form von Einzel- und Gruppenaufgaben einen hohen Stellenwert geben und dies mit Ihren Beiträgen und Vortragsteilen nicht verhindern.

Es ist nicht sinnvoll, das gesamte, hier gebotene Material vorzutragen, da sonst kaum genug Zeit für Übungen oder Gruppengespräche bleibt. Daher empfehlen wir Ihnen zum einen, eigene Schwerpunkte zu setzen. Bitte entscheiden Sie sich, welche Abschnitte Sie vertiefen und welche Sie kürzer behandeln wollen!

Zum anderen ermutigen wir Sie, gerne eigene Beispiele, Geschichten und Zitate einzubringen, wenn Sie das Material präsentieren. Das macht den Kurs lebendiger. **Bitte behalten Sie dabei immer die Lernziele im Blick.**

Zusatzmaterial für die Teilnehmenden, das diese in Eigenregie bearbeiten können, ist deutlich gekennzeichnet.

Der *Fresh X – Kurs* ist für eine ganze Reihe unterschiedlicher Lernstile entworfen worden. Achten Sie auf die methodische Vielfalt innerhalb einer Einheit.

Alle Hinweise und „Regie-Angaben“ für Kursleitende sind **in blauer Farbe** gesetzt. Der Text in schwarzer Farbe entspricht dem, was auch die Teilnehmenden in ihren Unterlagen haben.

Einführung

Den jeweiligen Kontext zu kennen und ihn zu verstehen, ist für den Start und die gesunde Entwicklung einer Fresh X von grundlegender Bedeutung. Meist besteht die Gefahr, dass dieser entscheidende Schritt zu kurz kommt. Deshalb ist diese Einheit so wichtig, wenn es darum geht, Menschen für das Hören und die Wahrnehmung ihres Kontextes auszurüsten.



Es gibt bisher bereits gute Methoden, die das „Hören und Wahrnehmen“ beschreiben. Aber diese sind fast immer ausgerichtet auf schon bestehende Gemeinden und auf einen geographischen Kontext. Für den Neustart mit einer Fresh X sind diese nur bedingt hilfreich.

Konzepte wie „Vitale Gemeinde“ und „Natürliche Gemeindeentwicklung“ nehmen eher die Gemeinde als ihren Kontext in den Blick. Diese Einheit kann uns helfen Gemeinden und „fresh expressions of church“ zu entwickeln, die aus dem Kontext heraus entstehen.

A07 – Hören und Wahrnehmen ist eng verknüpft mit **A04 – Eine Vision entwickeln**. Während A04 das Hören und Wahrnehmen im Bezug auf die persönliche Berufung im Fokus hat, geht es hier darum, die Berufung für unsere Fresh X wahrzunehmen. Die Einheit nimmt die vier Beziehungs-Dimensionen von **A08 – Was ist Kirche?** auf und verknüpft das UP-OUT-IN-OF mit vier Richtungen des „Hörens und Wahrnehmens“.

Diese Einheit ist sehr praxisorientiert. Die Teilnehmenden sollen den Weg und die einzelnen Stationen des „Hörens und Wahrnehmens“ in den Blick bekommen und die entsprechenden Werkzeuge und Praxistipps erhalten.

Natürlich kann das „Hören und Wahrnehmen“ nicht innerhalb der Kurs-Einheit vollzogen werden. Deshalb ist gegen Ende eine Planungsphase integriert für den weiteren Prozess (Recherche, Präsentation am Wochenende, Klausur des lokalen Teams, erste Präsentation der Fresh X – Vision in der Öffentlichkeit).

Teilnehmenden-Aufgabe im Vorfeld der Einheit

Bereits einige Einheiten vor **A07 – Hören und Wahrnehmen** (wir empfehlen das Ende von **A04 – Eine Vision entwickeln** oder das Ende des Einführungstages) sollten Sie die lokalen Teams bitten, etwas Aussagekräftiges zu dieser Einheit mitzubringen, das ihre Zielgruppe und den Kontext ihrer Zielgruppe beschreibt: Fotos, Ausschnitte aus Zeitungen oder örtlichen Mitteilungsblättern, Gegenstände, Landkarten etc.

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.



Inhaltsübersicht und Zeitangaben

Zeit	Inhalt	Methode	Material
20'	Teil 1: Die Bedeutung des Hörens		
5'	1.1 Geräusch-Quiz als Einstieg	Quiz	Mp3-Datei A07 Geräuschquiz
2'	1.2 Lernziele und Überblick	Vortrag	
10'	1.3 Clip „Hören und Wahrnehmen“	Videoclip Einzelaufgabe Gespräch im Plenum	
3'	1.4 Das 360° Hören	Vortrag	
12'	Teil 2: Hören und Wahrnehmen in der Bibel		
	Arbeit an biblischen Texten	Gruppenaufgabe Gespräch im Plenum	Bibeln oder kopierte Bibeltex
20'	Teil 3: Was wir schon wissen		
	Berichte der lokalen Teams	Teamaufgabe	Mitgebrachte Fotos, Ausschnitte etc.
18'	Teil 4: Das 3 x 3 des Hörens & Wahrnehmens		
3'	4.1 Drei Ebenen	Vortrag	
8'	4.2 Drei Wahrnehmungsorgane	Vortrag Einzelaufgabe Tischgespräch	
4'	4.3 Drei Methoden	Vortrag	
3'	4.4 Drei erste Schritte	Vortrag	
15'	Teil 5: Den weiteren Prozess planen		
8'	5.1 Das 3 x 3 des Hörens planen	Teamaufgabe	
7'	5.2 Klausur & öffentliche Präsentation planen	Vortrag Teamaufgabe	
5'	Teil 6: Zusammenfassung und Fürbitte		
	Reflexion und Gebet	Stille	Ruhige Musik

Die Erfahrung hat gezeigt, dass sich die Zeitangaben nur einhalten lassen, wenn Sie nicht den gesamten Inhalt vortragen, wie er im Material ausgearbeitet ist. Setzen Sie daher eigene, für die Gruppe passende Schwerpunkte in Übereinstimmung mit den Lernzielen. Abschnitte, die Sie überspringen, finden sich trotzdem in den Unterlagen der Teilnehmenden und können nachgelesen werden.



Medien- und Material-Checkliste für die Einheit

Medien

Teil	Was	Quelle/Bezug	Alternative
1.1	„A07_Audio_Geräuschequiz Hören und Wahrnehmen“	Download www.freshexpressions.de	http://www.salamisound.de/
1.3	„A07_Clip_Hören und Wahrnehmen“	Download www.freshexpressions.de	
3	Foto-Präsentation	Fotos der Teilnehmenden	Ausdrucke, sonstige Materialien
6*	Ruhige Musik		Livemusik oder Stille

Optionale Medien sind mit * gekennzeichnet.

Weiteres Material

- Bibeln oder kopierte Bibeltext (2.)

Weiteres Material auf das Bezug genommen wird, befindet sich im Zusatzmaterial.

Inhalt der Einheit

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**

20'

Hören und Wahrnehmen, Teil 1 – Die Bedeutung des Hörens



Geräusche-Quiz

1.1 Geräusch-Quiz

5'

Bei diesem lockeren Einstieg sollen die Teilnehmer erfahren, wie wichtig genaues Hinhören sein kann. Spielen Sie dazu die Datei „A07_Audio_Geräuschequiz Hören und Wahrnehmen“ (ca. 2') ab. Jeder Teilnehmende schreibt für sich auf, welche Geräusche in welcher Reihenfolge zu hören waren. Hier die Geräusche:

- Regenschauer
- Toilettenspülung
- Wasserhahn läuft
- Hubschrauber im Überflug
- Waschmaschine
- Fön
- Staubsauger
- Hund
- Baby, leichtes Schreien
- Auto wendet

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.

Lösen Sie das Ganze auf, indem Sie die Datei ein zweites Mal abspielen und die richtige Lösung nennen.



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 somit 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'

Lernziele

Beginnen Sie mit dem Hinweis auf die Lernziele dieser Einheit. Machen Sie den Zusammenhang mit den Einheiten davor deutlich.

1.3 Videoclip „Hören und Wahrnehmen“

10'

Clip „Hören und Wahrnehmen“

Zeigen Sie den Clip „A07_Clip_Hören und Wahrnehmen“ (4'50'') mit Statements und Geschichten über das Hören und Wahrnehmen. Fordern Sie die Teilnehmenden dann zu einer schriftlichen Zusammenfassung auf.

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.

Geben Sie die Möglichkeit zu einem kurzen Feedback im Plenum.

1.4 Das 360° Hören

3'

360° Hören

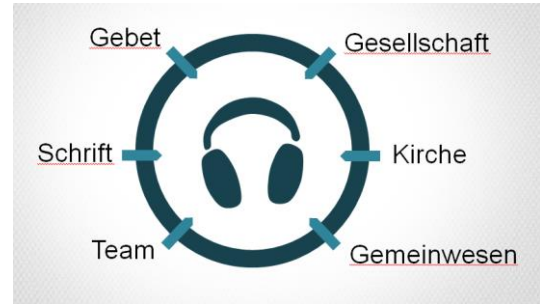
„Hören und Wahrnehmen“ sind zentral für die ganze Fresh X – Bewegung. Eine hörende Grundhaltung, ein missionales Hören zieht sich durch alles hindurch. Mission, so haben wir bereits an anderer Stelle gehört, heißt »herausfinden, was Gott bereits tut und sich daran zu beteiligen« (John V. Taylor). Sorgfältiges 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

Falls die Einheit **A08 – Was ist Kirche?** bereits behandelt wurde, zeichnen sie das „Koordinatensystem“ UP-OUT-IN-OF mit den vier Dimensionen auf einer Flipchart auf. Fragen Sie die Teilnehmenden, welches der sechs Stichworte auf der Folie (Gesellschaft – Kirche – Gemeinwesen – Team – Schrift – Gebet) sie welcher der vier Beziehungs-Dimensionen von Kirche zuordnen würden.

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



Teil 2: Hören und Wahrnehmen in der Bibel

12'

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:

Weisheitsliteratur



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

Sprüche 18,13 (Gute Nachricht)

Biblische Beispiele



Teilen Sie die Teilnehmenden in kleine Gruppen ein, um in biblischen Texten das Hören und Wahrnehmen zu entdecken. Kopieren Sie die Bibeltexte (je nach Anzahl der Tischgruppen evtl. auch mehrfach), wenn Sie sich nicht sicher sind, dass genügend Bibeln in der Gruppe bzw. im Raum vorhanden sind.

Alle Tischgruppen erhalten 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)

Geben Sie den Gruppen für die Arbeit am Text ca. 7 Minuten Zeit. Lassen Sie sich ein kurzes Feedback über ihre Erkenntnisse geben – max. eine Minute pro Gruppe. Notieren Sie Stichworte auf einer Flipchart.

Mögliche Ergebnisse aus der Beschäftigung mit den biblischen Texten.

Moses und die zwölf Kundschafter (4. Mose 13,17-33):

- Das Auskundschaften war Gottes Idee, um Fakten zu sammeln und die Menschen vorzubereiten.



- Zehn der Kundschafter berichteten über die Probleme (Riesen) und waren ziemlich ängstlich. Nur zwei hatten alles mit den Augen des Glaubens angeschaut und erzählten von Milch und Honig. Vermischen wir Angst oder Glauben mit den Fakten?

Nehemia:

- Er fragte Besucher, um an Informationen zu kommen (Kap. 1).
- Er führte eine nächtliche Inspektion durch, um sich einen Überblick über die Situation zu verschaffen (Kap. 2).

Der zwölfjährige Jesus im Tempel (Lukas 2,41-52):

- Im Alter von zwölf Jahren ging er in den Tempel und a) verbrachte dort viel Zeit; b) setzte sich hin und hörte zu; c) stellte Fragen; d) gewann Erkenntnisse und e) formulierte Antworten. Was für ein Vorbild! Und das alles, bevor er überhaupt mit seinem öffentlichen Wirken begann.

Die Aussendung der Zwölf (Lukas 10,1-11):

- Jesus sandte Boten, die nach offenen Zielgruppen und gastfreundlichen Menschen Ausschau halten sollten (Menschen des Friedens).

Paulus in Athen (Apostelgeschichte 17, 16-21):

- Er ging durch die Straßen und beobachtete dabei genau soziale und spirituelle Gewohnheiten.

Zusatzmaterial: 2. Fokussierung auf eine spezifische Zielgruppe

Zusammenfassung

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

20'

Was wir schon wissen, Vier Schritte des Hörens



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

Weisen Sie noch auf zwei wichtige Punkte für den gesamten Prozess hin:

- Jede dieser Phasen soll von **Gebet** getragen sein. Gerade in Phase 3 ist dies wichtig, wenn es gilt aus den gewonnenen Eindrücken herauszuhören, was Gott will. „Bete, als würde alles Hören nichts nützen – und höre, als würde alles Beten nichts nützen“ (frei nach M. Luther).
- Die Teilnehmenden sollten ihre Entdeckungen und Wahrnehmungen so festhalten, dass sie auch später zur Verfügung stehen. Dazu empfiehlt es sich, eine Art von „**Speicher**“ für die Informationen anzulegen. Das könnte eine Art Karte sein, die man von dieser Entdeckungs-Reise anfertigt, eine Art „Reisetagebuch“, ein Dropbox-Ordner, Fotos von Flipchart-Blättern oder ähnliches.

Was wir schon wissen



Sie haben im Vorfeld die lokalen Teams gebeten, etwas Aussagekräftiges zu dieser Einheit mitzubringen, das ihre Zielgruppe und den Kontext ihrer Zielgruppe beschreibt: Fotos, Ausschnitte aus Zeitungen oder örtlichen Mitteilungsblättern, Gegenstände, Landkarten etc.

Geben Sie jedem Team zwei Minuten Zeit für eine kurze Vorstellung ihrer Zielgruppe und des Kontextes. Das kann bei Fotos per Beamer geschehen (diese sollten dann vor Beginn eingesammelt oder im Vorfeld zugemailt werden). Oder die Teilnehmenden versammelt sich um den Tisch des Teams, das berichtet.

Der Gedanke hinter dieser Aufgabe: Indem die Teams Fotos und anderes Material sammeln, haben sie bereits mit dem Prozess des Hörens und Wahrnehmens begonnen.

Falls Gruppen ihre „Hausaufgabe“ nicht gemacht haben, können sie auch versuchen in zwei Minuten eine typische Person ihrer Zielgruppe möglichst anschaulich mit Worten zu beschreiben.



Achten Sie unbedingt auf die Zeit – gerade bei größeren Kursgruppen!

Präsentieren Sie mit den mitgebrachten Fotos, Ausschnitten, Gegenständen 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

18'

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

3'

In 4.1. bis 4.4. wird das „Werkzeug“ vorgestellt. Machen Sie die Punkte an einer konkreten Zielgruppe (z.B. Alleinerziehende, Hobby-Fußballer, Jugendszene oder Bewohner eines Stadtteils, Plattenbaus etc.) möglichst anschaulich.

Eventuell können Sie Bezug nehmen auf die in Teil 3 vorgestellten Zielgruppen.

Drei Ebenen



Machen Sie deutlich, dass jeder Kontext auf drei verschiedenen Ebenen untersucht und verstanden werden kann: der materiellen, der sozialen und der geistlichen Ebene. Auch wenn diese Ebenen miteinander in Beziehung stehen und sich wechselseitig beeinflussen lohnt es sich, sie einzeln in den Blick zu nehmen.

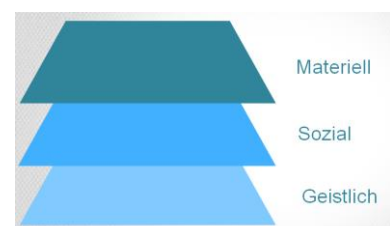
• **Materiell**

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 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.

Hier kann eine persönliche Geschichte das Ganze lebendig machen, wenn Sie z.B. erzählen, wie Sie Einsicht in die geistliche Dynamik einer Gruppe gewonnen haben.

4.2. Drei Wahrnehmungsorgane



Herz – Bauch - Kopf



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

Inspiration – Herz

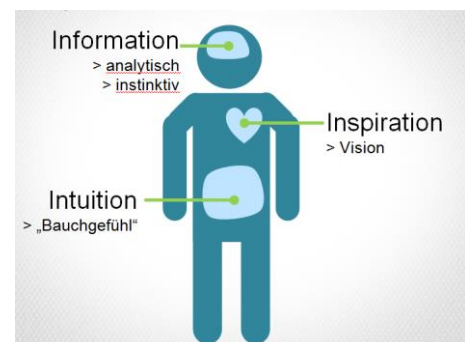
Beim Hören und Wahrnehmen geht es darum, Gottes Herz für die Menschen um uns herum zu entdecken. Dabei ist es hilfreich den Kontext (sei es ein geographisches Gebiet oder ein Netzwerk oder eine Lebenswelt), in den hinein wir uns gerufen fühlen, intensiv wahrzunehmen.

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.“

Geben Sie den Teilnehmenden kurz Zeit zum Nachdenken: wann hat mir jemand wirklich ganz zugehört, mich mit allen Sinnen wach wahrgenommen – und was hat das mit mir gemacht?

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 effektive 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

Meine Stärken und Schwächen

Geben Sie den Teilnehmenden kurz Zeit zum Nachdenken und dann drei Minuten zum Austausch in der Tischgruppe.

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?

Ein Feedback im Plenum ist nicht notwendig. Weisen Sie darauf hin, wie wichtig die unterschiedlichen Gaben im Team sind – auch wenn es um das Hören und Wahrnehmen geht.

4.3 Drei Methoden

4'

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.

[Vielleicht wollen Sie an dieser Stelle eine persönliche Erfahrung weitergeben.](#)

- **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.

[Es gibt viele Wege um das Gespräch mit anderen Menschen zu vertiefen. Illustrieren Sie das entweder mit einer eigenen Geschichten oder mit einem der folgenden Beispiele.](#)

[Gespräche vertiefen](#)



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:

Mögliche Fragen

- 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?

Weitere Fragen finden Sie in der Materialsammlung am Schluss der Teilnehmerunterlagen.

4.4. Drei erste Schritte

3'

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.

Drei erste Schritte

• 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.

Ein persönliches Zeugnis kann dies untermauern.

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

„Menschen des Friedens“ sind in der Einheit **B09 – Zum Glauben einladen** ein zentrales Thema. Hier genügt ein erster Hinweis.

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).

Berichten Sie von einer persönlichen Erfahrung, wenn die Zeit es erlaubt.

- **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

15'

Den weiteren Prozess planen



5.1 Das 3 x 3 des Hörens und Wahrnehmens planen

8'

Das 3 x 3 des Hörens planen



Machen Sie klar, dass in dieser Kurseinheit nur das „Werkzeug“ für den Prozess des Hörens und Wahrnehmens ausgepackt und erläutert werden kann. Entscheidend ist, dass die lokalen Teams vor Ort in diesen Prozess tatsächlich eintreten und konkrete Schritte unternehmen.

Das Kurs-Wochenende bietet eine gute Gelegenheit erste Ergebnisse in kurzen 5-Minuten-Präsentationen einander vorzustellen. Bitten Sie die lokalen Teams erste Absprachen zu treffen, in dem sie die folgenden Fragen beantworten. Geben Sie dazu 7-8 Minuten Zeit.

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

- Wo liegen die Stärken und Schwerpunkte 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 u.ä.?

5.2 Klausur und öffentliche Präsentation planen

7'

Klausur zur Reflexion



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.

Machen Sie das anhand der folgenden PowerPoint-Folie deutlich:

Zuspruch – Evangelium



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.

Lassen Sie hier einige Beispiele einfließen. So kann zum Beispiel für sozial Ausgegrenzte und Arme ein erster Zugang zum Evangelium sein, dass wir mit Taten und mit Worten kommunizieren, dass Gott sie wertschätzt, dass er einen Platz und Gaben für sie hat, dass sie bei Gott nicht „ausrangiert“ sind.

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.

Nennen Sie auch hier ein Beispiel. So kann zum Beispiel für sozial Ausgegrenzte und Arme die Herausforderung darin bestehen, sich aus Abhängigkeiten heraus zu begeben, die Opferrolle abzulegen und in eine Verantwortung für das eigene Leben neu hineinzuwachsen.

Die folgende Folie bringt weitere Beispiele.

Anspruch – Herausforderung



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)

Präsentation – Vision sharing



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



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.

Klausur und Präsentation planen 

Geben Sie den Teams 3-4 Minuten Zeit zur Planung.

Diskutieren Sie in Ihrem Team:

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

Zusatzmaterial: 6. Feedback zu Ihrem Hören und Wahrnehmen



Teil 6: Abschluss und Fürbitte

5'

Reflexion 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.

Schließen Sie die Stille mit einem kurzen Gebet ab.

Weiteres Material

Zum Weiterdenken







Weisen Sie die Teilnehmenden auf das weitere Material am Ende ihrer Unterlagen hin.

Bitten Sie die Teilnehmenden, sich kurz Zeit für die beiden Feedbackfragen am Ende ihrer Unterlagen zu nehmen. Weisen Sie außerdem auf die Online-Umfrage unter <https://de.surveymonkey.com/s/Einheiten> hin. Vielen Dank.


Ermutigen Sie die lokalen Teams, sich zu verabreden, um diese Einheit zu vertiefen und anzuwenden.

Literaturempfehlungen

-  **Gott im Milieu: Wie Sinusstudien der Kirche helfen können, Menschen zu erreichen**
Heinzpeter Hempelmann, Brunnen 2012
-  **Die Welt verstehen: Kontextanalyse als Sehhilfe 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

Hier wie auch im Material für Teilnehmende finden Sie zusätzliches Material mit einer ganzen Reihe von Angeboten für die Weiterarbeit. Es dient dazu, dass die Teilnehmenden das, was sie in dieser Einheit gelernt haben, in ihrem je eigenen Kontext anwenden können.

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	
•••	Diese Fragen können bei ihrer Recherche und Ihrem Hören helfen: <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/kulturellen Faktoren prägen? • Gibt es in ihrer Zielgruppe 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? Vertieftes Hören und Wahrnehmen <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? 	



	<ul style="list-style-type: none"> 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 noch keine Christen sind, mit denen Sie aber in Kontakt sind. 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? 		
... für ein Netzwerk		
<ul style="list-style-type: none"> Arbeiten Sie Altersprofil, sozialen Hintergrund und demographische Fakten ihres Netzwerkes heraus. Identifizieren Sie Treffpunkte. Gibt es virtuelle Treffpunkte? 		



<ul style="list-style-type: none">• Wie geschieht Kommunikation im Netzwerk? Wodurch?• Wer sind die Schlüsselpersonen, die meinungsbildend sind innerhalb des Netzwerks?• 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.		
---	--	--