



Strategische Planung

Bericht in der Sitzung der 15. Landessynode am **21. November 2016**

[Folie 1]

Sehr geehrte Frau Präsidentin,
hohe Synode,

[Die kursiv und in eckigen Klammern gesetzten Passagen werde ich nicht vortragen – bitte aber, sie zu Protokoll zu nehmen]

1. Einführung

Martin Luther erinnert uns: „Wir sind es doch nicht, die da die Kirche erhalten könnten. Unsere Vorfahren sind es auch nicht gewesen. Unsere Nachkommen werden's auch nicht sein, sondern der ist's gewesen, ist's noch und wird's sein, der da sagt: „Ich bin bei euch alle Tage bis an der Welt Ende“ (Mt 28,20)“ Auf diesem verlässlichen Grund wollen wir als Kirche das Unsere tun. Die Aufgaben, die vor uns liegen sind zahlreich und wir müssen uns bei unserem Tun überlegen, was wir leisten können und wollen. Es gilt immer wieder die Kräfte zu bündeln und gemeinsam in eine Richtung unterwegs zu sein.

[Folie 2]

Wohin wollen wir? Wir wollen die Herausforderungen dieser Zeit für uns als Kirche annehmen und mit diesen Herausforderungen gezielt umgehen. Dafür haben wir uns als Kollegium Jahresziele gesetzt, weil es notwendig ist, Kräfte zu bündeln. Fünf Jahresziele, die wir in den kommenden zwölf Monaten vorantreiben und umsetzen wollen.

[Folie 3]

Wir wollen mit unseren Jahreszielen

- 1) In der Wertediskussion Präsenz zeigen,
- 2) Ehe und Familien stärken,
- 3) Digitalisierung gestalten
- 4) Personalwesen im OKR überprüfen, weiterentwickeln und ggf. verbessern und
- 5) ein zukunftsfähiges Kommunikationskonzept für die Landeskirche erarbeiten.

Wie sind wir darauf gekommen?
Mithilfe der strategischen Planung!

Ich möchte Sie daher mitnehmen auf den Weg zur Erarbeitung unserer Jahresziele.

[Folie 4]

2. Ausgangslage

Ausgangspunkt ist der kirchliche Auftrag: Die Verkündigung des Evangeliums. Von diesem Auftrag leitet sich die Vision ab. Im Unterschied zur Vision und allen weiteren Konkretisierungen ist der Auftrag der Evangeliumsverkündigung bleibend. Unsere Vision haben wir unter die Überschrift „Unterwegs in das Land, das Gott uns zeigen will. Kirche – Evangelisch in Württemberg“ („Vision Kirche 2030“) gestellt. Aus der Vision wiederum leiten wir die Strategischen Ziele ab. Immer für

einen Zeitraum von fünf Jahren, aktuell von 2014 bis 2018. Die Strategische Planung umfasst sowohl die Vision als Ausgestaltung des kirchlichen Auftrages bzw. Idealvorstellung, als auch den Weg zur Realisierung dieser Vision. Der Weg zur Realisierung dieser Vision enthält die strategischen Ziele, die strategischen Schwerpunktsetzungen und die konkreten Maßnahmen. Dabei nehmen die Strategischen Ziele Bezug und reagieren auf unterschiedliche Trends und Herausforderungen, die auf Kirche und Gesellschaft einwirken. Im Gegensatz zu den Daueraufgaben (auch: Allgemeine Leistungsbeschreibungen genannt, wie sie im Haushalt abgebildet sind) bilden die Strategischen Ziele entweder neue Akzente oder verstärken diese Daueraufgaben. Die Strategischen Ziele werden dann in den jährlichen Schwerpunktsetzungen in konkreten Maßnahmen umgesetzt.

Ausgehend von der „Vision Kirche 2030“ haben wir in den letzten Jahren für zehn Handlungsfelder Strategische Ziele formuliert, die für einen Zeitraum von fünf Jahren – von 2014 bis 2018 – verbindlich sind. Jeweils für die konkrete jährliche Beratung, Ausgestaltung und Umsetzung der Strategischen Planung werden strategische Schwerpunktsetzungen formuliert. Diese jährlichen Schwerpunktsetzungen legen auf einzelne strategische Ziele nochmals einen besonderen Fokus.

[Folie 5]

Die Strategische Planung resultiert aus verschiedenen Faktoren: solche statistischer Natur (Kirchensteuern, Mitglieder), aber auch auf anderen Wegen gewonnene Erkenntnisse, beispielsweise aus Visitationsberichten zur Situation der Gemeinden und Kirchenbezirke. Bei diesen Faktoren geht es darum, ein möglichst umfassendes und detailliertes Bild zu bekommen – von unseren Gemeinden, von Kirche in der Gesellschaft und der Gesellschaft an sich.

Die Strategische Planung ist ein Prozess, den wir in jährlichen Abständen durchführen. Bei der Evaluation hat sich jetzt gezeigt, dass innerhalb dieses Prozesses und seiner Darstellung Modifikationen notwendig sind. Bisher hat der Prozess der strategischen Planung versucht, sämtliche als richtig markierten Gesichtspunkte aufzunehmen. Er ist sehr ausdifferenziert und für Menschen, die nicht ständig damit arbeiten, sehr komplex. Dies wird in Rückmeldungen aus der Landeskirche und insbesondere auch aus der Landessynode deutlich. Diese Rückmeldungen haben gezeigt: Es besteht die Gefahr, dass die Strategische Planung ausschließlich als inhaltliche Vorgabe für die Verteilung von Geld, insbesondere des Strategischen Budgets bzw. der Kirchensteuermehreinnahmen gesehen wird. Dies kann verwirren und die Diskussion auf die falsche Spur setzen.

[Folie 6]

Was ist sie also dann? Die strategische Planung ist eine bewusste Schwerpunktsetzung der landeskirchlichen Arbeit, zum Beispiel dadurch, dass wir auf die Megatrends unserer Zeit angemessen reagieren. Konkret bedeutet das: Nicht ausschließlich neue Projekte schaffen, für die finanzielle Mittel akquiriert werden müssen, sondern eine Anpassung der Arbeit und Arbeitsfelder, die wir aus guten Gründen schon haben. Wir nehmen sowohl als Landeskirche als auch vor Ort in unseren Gemeinden gelegentlich wahr, dass Menschen unsere vielfältigen Angebote gar nicht kennen und bei uns nicht suchen. Wir sind bei ihnen gar nicht im Blick. Dies liegt mitunter daran, dass Menschen schlicht keinen Kontakt mehr mit uns als Kirche haben. Aber auch, dass manche Menschen gar nicht mehr damit rechnen, dass wir ihnen helfen können, Antworten auf die Fragen ihres Lebens zu finden. Es ist also nicht nötig, immer neue Projekte aufzusetzen, sondern die bestehende Arbeit und Wirklichkeit unserer Gemeinden und bestehenden Einrichtungen bekannt zu machen.

Und noch eine Frage höre ich gelegentlich: Ist die Strategische Planung eine Strategische Planung der Landeskirche, gilt sie also auch für Dienste, Werke und Einrichtungen?

Wir müssen die Strategische Planung so attraktiv und plausibel gestalten, dass auch Dienste, Werke und Einrichtung sagen: Da machen wir mit, da bringen wir uns ein! Die Strategische

Planung fordert uns alle – von der Kirchenleitung bis zum einzelnen Gemeindeglied - heraus. Sie fordert uns heraus, unsere Arbeit und uns selber immer wieder zu befragen: stimmen unser Ziel und die Wege dahin noch? Oder müssen wir korrigierend eingreifen?

[Folie 7]

3. Veränderte Darstellung

So auch wir als Oberkirchenrat. Das Kollegium hat sich darauf verständigt, den Aufbau der Strategischen Planung zu vereinfachen bzw. zu fokussieren. Auf den ersten Blick muss deutlich werden, wo die Schwerpunkte liegen und worauf wir hinarbeiten - als Landeskirche, als Oberkirchenrat, als Werke und Einrichtungen und auch als Kirchenbezirke und Kirchengemeinden. Die Strategische Planung muss klar und nachvollziehbar sein. Deswegen haben wir die Begrifflichkeiten reduziert bzw. konkretisiert. Die Strategische Planung gliedert sich daher in vier unterschiedliche Ebenen gliedern.

- Auftrag
- Vision
- Strategische Ziele
- Jahresziele

Dabei nehmen wir beim Begriff „Jahresziel“ in Kauf, dass dieser Begriff nicht ganz präzise gefasst ist. Denn die Jahresziele werden nicht - zumindest nicht überwiegend - im gleichen Jahr erreicht. Dennoch sind es überprüfbare Etappenziele. Die Umsetzung der Jahresziele erfolgt dann in konkreten Maßnahmen durch die mittelfristige Finanzplanung. Soweit es um Neuorientierung, Restrukturierung und Sanierung geht, werden diese aus dem Investitionstopf finanziert.

4. Gegenwärtige Trends

Wie kommen wir nun aber zu unseren Jahreszielen?

In den vergangenen Jahren haben sich neben Megatrends auch kurzfristige Trends gezeigt, die uns als Kirche herausfordern.

[Folie 8]

Worin unterscheiden sich Megatrends von kurzfristigen Trends? „Im Unterschied zu kurzfristigen Mode- und Konsumtrends oder soziokulturellen Trends, die maximal fünf Jahre Wirkkraft entfalten können, stellen Megatrends die ‚Blockbuster‘ der Veränderung dar. In ihnen bündeln sich starke, auf ökonomischen und soziokulturellen Grundwellen basierende Veränderungskräfte“ (Horx, Die Macht der Megatrends.).

Der Zukunftsforscher Matthias Horx nennt vier Parameter, die er als Bedingung für einen Megatrend ansieht:

- a) Impact: Ein Megatrend sollte mindestens über 30 Jahre Halbwertszeit verfügen, bis er seinen Zenit erreicht.
- b) Ubiquität: Ein Megatrend bildet Signale in allen Lebensbereichen, er ist „allgegenwärtig“ und entwickelt Signifikanten in Konsum, Ökonomie, Lebenswelt etc.
- c) Universalität: Ein Megatrend hat einen grundlegend globalen Charakter, auch wenn er sich in den verschiedenen Regionen und Kulturen unterschiedlich schnell durchsetzt.
- d) Robustheit: Ein echter Megatrend verträgt auch Backslashes - also vorübergehende Rückschläge - ohne seine Dynamik zu verlieren.

[Die Zukunftsforschung geht davon aus, dass derzeit ungefähr 13 Megatrends auf unsere Gesellschaft und das Zusammenleben einwirken. Nachdem – per definitionem – Megatrends eine Halbwertszeit von 30 Jahren aufweisen, überrascht es nun auch nicht, dass wir nicht jedes Jahr mit neuen Megatrends konfrontiert werden. Die Liste der Megatrends umfasst beispielsweise:

- ✓ *Globalisierung,*
- ✓ *Mobilität,*
- ✓ *Individualisierung,*
- ✓ *Down Aging bzw. Demographischer Wandel,*
- ✓ *Gesundheit,*
- ✓ *Spiritualisierung,*
- ✓ *Wissensgesellschaft,*
- ✓ *Bildung,*
- ✓ *Digitalisierung]*

Megatrends sind für uns keine neuen Erscheinungen. Wir leben viele dieser Megatrends bewusst oder unbewusst und müssen uns als Kirche darauf einstellen. Neben den Megatrends beeinflussen aber auch kurzfristige Trends uns als Kirche. Zum Beispiel: die Flüchtlingssituation, Neonationalismus, Populismus, Terrorismus, das Gefühl fehlender Sicherheiten oder – im kirchlichen Bereich: Schwierigkeiten bei der Nachwuchsgewinnung für Pfarramt, Diakonat und Verwaltung.

[Folie 9]

Gerade aus den Visitationsberichten lässt sich erheben, wie sehr die Megatrends auch in unseren Gemeinden eine Rolle spielen. Hier einige Beispiele:

(1) Demographischer Wandel

Der demographische Wandel führt zu einem tiefgreifenden Strukturwandel von Kirche im ländlichen Raum. Stichworte sind hier Daseinsvorsorge, Mobilität, Bildung. Dazu kommt - nicht nur im ländlichen Raum - das Familienthema. Aktuell bauen wir Familienzentren aus, aber die langfristige Sicherung der Zentren muss gesehen werden. Wenige Standorte sind dauerhaft finanziell gesichert. Klassische Familienangebote – zum Beispiel Kindergottesdienst oder Familienfreizeiten – stehen unter hohem Innovationsdruck in den Kirchengemeinden. Es gibt, so die Beobachtung, wenig neue erfolgreiche Formate. Insgesamt spiegelt sich der starke Wandel von Familie darin, dass sie Kirche stärker als Dienstleister (Kasualien, Familienzentren) denn als Ort der Freizeitgestaltung und attraktiver Sinnangebote wahrnehmen.

Ein Sonderfall ist der Zuwachs der „Silver Society“: „Die weltweit steigende Lebenserwartung lässt uns nicht nur älter werden, sondern auch anders altern. Zum Älterwerden gesellt sich das „Down-Aging“, das Heraustreten aus traditionellen Altersrollen der einstigen „Senioren“. Statt sich in den Ruhestand zu begeben, nehmen ältere Menschen selbstverständlich weiter aktiv am Gesellschaftsleben teil“ (<http://www.zukunftsinstitut.de>). Dieser Trend zeigt sich bei Visitationen in vielen Einzelbeobachtungen: Die Veränderung von Angeboten in der Seniorenarbeit ist zaghaft vorhanden, traditionelle Angebote bröckeln, neue Angebote sind noch zu wenig etabliert. Bei der Gewinnung neuer Ehrenamtlicher ist diese Gruppe mittlerweile stark im Blick. Die Zahl der Geburtstagsbesuche nimmt zu, da mehr Ältere in den Kirchengemeinden leben, viele wollen aber nicht durch Geburtstagsbesuche als „alt“ angesehen werden.

(2) Digitalisierung

Der Megatrend Digitalisierung hat in den Kirchengemeinden und Kirchenbezirken viele unterschiedliche Facetten (zum Beispiel Kirchengemeinden-WhatsApp-Gruppen, Pfarrerblogs). Gerade für uns als Landeskirche stellen sich Fragen, wie wir unserem kirchlichen Auftrag der Verkündigung des Evangeliums im digitalen Raum nachkommen können. Menschen nehmen uns und unsere Angebote nicht mehr wahr, weil wir im digitalen Raum oft nicht leicht zu finden sind. Bildungsprozesse verändern sich zum Beispiel durch E-Learning, die Digitalisierung von Verwaltung und Produktion verändert die Arbeitswelt, auch „digital recruiting“ gewinnt immer mehr an Bedeutung. Die Fragen der Digitalisierung sind so zahlreich und von hoher Komplexität, dass sie uns massiv fordern. Schön, wenn wir schon die eine oder andere App haben. Aber: Eine App macht noch keine Digitalisierung.

(3) Pluralisierung, Individualisierung und Globalisierung

Pluralisierung findet auch in vormaligen traditionellen Dorfgemeinschaften statt. Oft beklagen Gemeindeleitungsberichte fehlenden Zusammenhalt oder nachlassenden Gemeinsinn. Einen Sonderfall stellt die „Willkommenskultur“ im Rahmen der Flüchtlingszuzüge dar. Die starke Zunahme von Flüchtlingen ist eine besonders signifikante Auswirkung der Globalisierung. Das „Flüchtlingsthema“ ist nicht nur gesamtgesellschaftlich, sondern auch kirchlich in den letzten Jahren stark in den Fokus gerückt. Vereinfacht ausgedrückt stehen sich zwei „Haltungen“ gegenüber, die die öffentlichen Debatten bestimmen: Einer „Willkommenskultur“, die auf dem Grundrecht auf Asyl sowie den Geboten von Humanität und Menschenwürde fußt und die offizielle kirchliche Kommunikation bestimmt und auch die Überzeugung von vielen von uns hier widerspiegelt, steht eine auf Abgrenzung setzende Haltung gegenüber, die „Ängste der Bevölkerung“ betont und gegen einen weiteren Zuzug von Flüchtlingen, besonders solcher muslimischen Glaubens ist. Als Landeskirche besteht hier eine Aufgabe und Verpflichtung. Christliche Nächstenliebe verpflichtet uns gegenüber Flüchtlingen genauso wie gegenüber anderen Menschen in unserer Gesellschaft, die Hilfe zum Leben brauchen. Wir können Ängsten der Menschen auch deshalb begegnen, weil wir durch das Evangelium von Jesus Christus Hoffnung haben. Wir sind herausgefordert, die Stimme zu erheben und den Menschen in ihrer Lebensnot und in ihrer Angst beizustehen. Orientierung geben in unsere Gesellschaft: auf Jesus Christus hinweisen und deshalb Verantwortung übernehmen und verantwortlich handeln.

5. Jahresziele

Bei unserem Strategiekonvent hat das Kollegium die bereits beschriebenen Herausforderungen beraten und Jahresziele erarbeitet. Diese Jahresziele nehmen zum einen die gegenwärtigen Megatrends und Herausforderungen auf, die gleichsam von außen auf die Landeskirche einwirken. Und andererseits die Herausforderungen, die innerhalb der Landeskirche und des Oberkirchenrates wahrgenommen werden.

Unsere Jahresziele sind:

- [1) In der Wertediskussion Präsenz zeigen,*
- 2) Ehe und Familien stärken,*
- 3) Digitalisierung gestalten*
- 4) Personalwesen im OKR überprüfen, weiterentwickeln und ggf. verbessern und*
- 5) ein zukunftsfähiges Kommunikationskonzept für die Landeskirche erarbeiten.]*

[Folie 10]

Jahresziel: In der Wertediskussion Präsenz zeigen

[nimmt Bezug auf folgende Strategischen Ziele:

- d. In gesellschaftsorientierter Mitverantwortung wirkt Kirche in öffentlichen Bildungs- und Sozialsystemen mit und entwickelt sich zu gemeinwesenorientierten Lern- und Lebensorten weiter.*
- f. Chancen religiöser und christlicher Erziehung und Bildung in Kindergarten, Schule und Gemeinde werden aktiv genutzt.*
- g. In einer pluralen Gesellschaft ist Kirche präsent, erkennbar und zeigt Profil.*
- h. Angesichts von Traditionsabbrüchen wird die Kenntnis des christlichen Glaubens gefördert und die Sprachfähigkeit der Glaubenden gestärkt.]*

In unseren Gemeinden erleben wir einen schwächer werdenden Gemeinsinn, gleichzeitig eine „Willkommenskultur“ im Rahmen der Flüchtlingszuzüge sowie deren Ablehnung. Im politischen Bereich propagieren politische Parteien Werte, die auf Abgrenzung zielen. Als Landeskirche wollen wir unsere Gesellschaft mit christlichen Werten prägen und auch permanent auf sie hinweisen. Als Kirche nehmen wir in der Gesellschaft eine integrierende Position ein, die den Menschen zeigen will, dass jeder einzelne Mensch ein von Gott geliebter Mensch ist. Diese integrierende Stellung

wollen wir bewusst wahrnehmen und damit in unsere Gesellschaft hineinwirken. Das Reformationsjubiläum und die zahlreichen Veranstaltungen geben uns hier eine großartige Möglichkeit, an reformatorische Erkenntnisse zu erinnern und unsere evangelische Einsichten zur Geltung zu bringen. Unsere christlichen Werte sind Ausdruck der geschenkten Hoffnung und sind auf ein gelingendes Zusammenleben von Menschen mit unterschiedlicher Herkunft und Prägung ausgerichtet. Wir wollen dazu beitragen, dass das Leben von Menschen gelingt und wir ein Klima in unserer Gesellschaft schaffen, das jedem Menschen die Möglichkeit und den Raum bietet, Leben zu leben. Ein Leben, das von Integration in Beziehungen und in die Gesellschaft geprägt ist. Ausgrenzung von Menschen darf nie eine Option sein, schon gar nicht für uns als Kirche. Wir sind eine einladende Kirche für alle Menschen und wollen dies auch weiter sein, um gemeinsam unseren Glauben in der Vielfalt des Lebens zu gestalten.

[Folie 11]

Jahresziel: Ehe und Familien stärken

[nimmt Bezug auf folgende Strategischen Ziele:

f. Chancen religiöser und christlicher Erziehung und Bildung in Kindergarten, Schule und Gemeinde werden aktiv genutzt.

g. In einer pluralen Gesellschaft ist Kirche präsent, erkennbar und zeigt Profil.]

Als Kirche wollen wir auf den demographischen Wandel und die geänderten Herausforderungen für Familien reagieren. Deshalb wollen wir Ehe und Familien stärken und uns über die theologische, religiöse und kirchliche Bedeutung von Familie, Ehe und Partnerschaft verständigen. Wir wollen durch Vernetzung und Flexibilität Zugänge und Anknüpfungspunkte für Familien erweitern. Die Landeskirche will dafür einstehen, dass Familie in allen gelebten Formen zu ihr gehört und willkommen ist. Darüber hinaus sehen wir uns als Kirche als ein Ort der Orientierung und Entlastung für Familien. Wir wollen Familie als Ort gelebten Glaubens und religiöser Sozialisation stärken.

Uns allen ist wichtig, Ehe und Familie zu stärken. Mit dem geplanten Jahresziel nehmen wir die zahlreichen Synodal-Anträge zum Thema Familien auf. Wir wollen diese in einem „Familienpaket“ bündeln und zu konkreten Maßnahmen werden lassen.

[Folie 12]

Jahresziel: Digitalisierung gestalten

[nimmt Bezug auf folgende Strategischen Ziele:

g. In einer pluralen Gesellschaft ist Kirche präsent, erkennbar und zeigt Profil.

h. Angesichts von Traditionsabbrüchen wird die Kenntnis des christlichen Glaubens gefördert und die Sprachfähigkeit der Glaubenden gestärkt.

i. In die Ausgestaltung kirchlicher Aktivitäten fließen die Ergebnisse der Sinus-Milieu-Studie ein.]

Digitalisierung stellt einen Megatrend in unserer Gesellschaft dar und wird Leben und Arbeiten verändern. Die Evangelische Landeskirche in Württemberg stellt sich diesem Trend und beabsichtigt in den Fragen der Digitalisierung neue Wege zu gehen. In der Strategischen Planung wurde das Thema „Digitalisierung“ bereits als Strategisches Schwerpunktthema benannt. An den Fragen der Digitalisierung ist ein gesamtkirchliches Interesse zu erkennen, das sich auch in der Diskussion in der Landessynode widerspiegelt. Die Landessynode hat zudem mehrere Anträge zur Digitalisierung gestellt. Die Landeskirche beabsichtigt durch ein Gesamtkonzept „Digitalisierung“, Erprobungsräume zu schaffen in denen einzelne Fragen der Digitalisierung bearbeitet und ausprobiert werden. Mit diesen Erprobungsräumen wollen wir sehr zügig starten und bitten Sie als Synodale sich in den Prozess weiter mit einzubringen. Bisher sind die Kirchen-App, Gesangbuch-App schon in Arbeit, es soll aber weitergehen. Weitere Ideen sind die Einrichtung einer zentralen

Gottesdienst- und Veranstaltungshomepage, Fragen rund um ein digitales Pfarramt und die Fragen des „digital recruitings“.

Es zeigt sich auch, dass verschiedene Arbeitsgruppen bereits bestehen, die Fragen der Digitalisierung bearbeiten. Der Ausschuss Kirche, Gesellschaft und Öffentlichkeit und dessen Unterarbeitsgruppe „Kirche und Digitalisierung“ haben sich mit Fragen der Digitalisierung beschäftigt, daneben die Gruppe „Kirche im Netz“ sowie weitere Arbeitsgruppen im EJW und Medienhaus.

Direktorin Rupp hat im Frühsommer 2016 eine Arbeitsgruppe einberufen, die zum Ziel hat, eine Gesamtkonzeption für die Fragen der Digitalisierung zu entwerfen. Für die konkrete Erarbeitung wurde auch externe Expertise hinzugezogen. Auf dieser Grundlage wurde ein Projektkonzept erarbeitet, das flexibel ist, Dinge schnell umsetzen kann und die unterschiedlichen Personen und Themen miteinander vernetzen kann.

Die Erfahrungen anderer in Bezug auf die Digitalisierung zeigen, dass es eines völligen Neuansatzes bei Projekten bedarf, damit diese erfolgreich sein können. Das Konzept will Erprobungsräume schaffen, in denen sich „Start-Ups“ etablieren und Dinge ausprobieren können. Die Digitalisierung lebt davon, dass Dinge ausprobiert werden, damit der Benutzer dann entscheiden kann, ob er mit dem Produkt bzw. der Dienstleistung etwas anfangen kann. Mit der Konzeption „Erprobungsräume Digitalisierung“ soll die Eigenverantwortung von Mitarbeitenden gefördert, die Kreativität der Mitarbeitenden geweckt und Menschen miteinander in Kontakt gebracht werden, die an gleichen Themen arbeiten.

Das Gesamtkonzept sieht drei unterschiedlichen Ebenen vor: die Projektgruppe „Digitalisierung“, eine Expertenkommission sowie mehreren Start-Ups.

[Im Nachfolgenden werden die Aufgaben und die Beziehung der Ebenen zueinander beschrieben.]

(1) Projektgruppe „Digitalisierung“:

a. *Aufgaben:*

- ✓ *Kontakt zur Expertenkommission*
- ✓ *Kontakt zu Start-Ups*
- ✓ *Koordinierung der Themen, Menschen in den Start-Ups*
- ✓ *Bringt Menschen miteinander in Kontakt*
- ✓ *Berät Start-Ups und koordiniert Zusammenarbeit zwischen einzelnen Start-Ups und der Expertenkommission sowie zwischen unterschiedlichen Start-Ups*
- ✓ *Ansprechpartner für Start-Ups für Fragen der Umsetzung*
- ✓ *Budgetverantwortung für gesamtes Projekt „Erprobungsräume Digitalisierung“*
- ✓ *Die Projektgruppe ist nicht operativ tätig, sondern schafft Rahmenbedingungen, so dass die Start-Ups arbeiten können.*

b. *Besetzung:*

- *Max. 7-8 Personen, aus unterschiedlichen Bereichen*

(2) Expertenkommission:

a. *Aufgaben:*

- ✓ *Beratung der Projektgruppe*
- ✓ *Beratung Start-Ups*
- ✓ *Wissenschaftliche Anbindung*
- ✓ *Know-How von außen und Verbindung zu weiteren Experten*

b. *Besetzung:*

- *Experten aus der Wirtschaft*
- *Professoren im Bereich Digitalisierung*
- *IT-Experten*

- Professoren von Hochschulen (Neue Medien)
- E-Learning Professoren / Experten
- ...

(3) Start-Ups:

a. Aufgaben:

- ✓ Entwicklung von bspw. Lieder-App, Zentrale Homepage für Veranstaltungen in der Landeskirche, digitales Pfarramt, Kirche im virtuellen Raum
- ✓ Entwicklung von Ideen
- ✓ Umsetzung von Synodalanträgen im Bereich Digitalisierung
- ✓ Dinge ausprobieren

b. Besetzung:

- ✓ Menschen, die bereits an den Aufgaben arbeiten oder
- ✓ Menschen, die sich für Themen interessieren oder
- ✓ Menschen, die direkt für Aufgaben angefragt werden.

Finanzierung

Die Finanzierung soll aus dem Investitionstopf erfolgen, weil mit der Konzeption zum einen ein strategisches Ziel (Digitalisierung) verfolgt wird und es sich andererseits um eine Neuorientierung handelt. Es wird ein Budget von zwei Millionen Euro für vier Jahre veranschlagt. Mit diesem Budget sollen einzelne Ideen unterstützt und umgesetzt werden. Ziel dieser Anfangsinvestitionen ist, Ideen umzusetzen, auszuprobieren und für die Landeskirche insgesamt (Kirchenbezirke, -gemeinden, Werke, Dienste und Einrichtungen) nutzbar zu machen. Die Budgetverantwortung soll bei der Projektgruppe liegen, die die Verteilung der einzelnen Investitionen übernimmt, überwacht und dann dem Kollegium sowie der Landessynode einen jährlichen Bericht erstattet.]

[Folie 13]

Jahresziel: Personalwesen im OKR überprüfen, weiterentwickeln und ggf. verbessern

[nimmt Bezug auf folgende Strategischen Ziele:

- a. Ein respektvolles Miteinander von ehrenamtlich und beruflich Mitarbeitenden wird befördert.
- c. Aus- Fort- und Weiterbildung, kollegiale Unterstützungs- und Vernetzungssysteme stärken und befähigen Pfarrerinnen und Pfarrer in ihrem Dienst.
- k. Mitarbeitende in Kirchenpflegen, kirchlichen Dienstleistungszentren und im Oberkirchenrat unterstützen Kirchengemeinden und –bezirke sowie Einrichtungen, Dienst und Werke in der Erfüllung des kirchlichen Auftrags.
- m. Strukturklärungen und daraus folgende Strukturmaßnahmen dienen der Wahrnehmung des kirchlichen Auftrags. Angesichts beschränkter bzw. zurückgehender Ressourcen werden kirchliche Aktivitäten überprüft und Entlastungen gesucht.]

Als innerkirchliche Herausforderungen stellen sich im Oberkirchenrat Fragen des Personalwesens. Personalgewinnung und Personalbindung sowie anstellungsrechtliche Fragen sind die Stichworte. Außerdem geht es um Wissensvermittlung bzw. -weitergabe bei Stellenwechseln und -neubesetzungen. Hierbei sind kurzfristige Lösungen notwendig, um die Arbeitsfähigkeit des Oberkirchenrats kontinuierlich zu erhalten.

[Folie 14]

Jahresziel: ein zukunftsfähiges Kommunikationskonzept für die Landeskirche erarbeiten

[nimmt Bezug auf folgende Strategischen Ziele:

- g. In einer pluralen Gesellschaft ist Kirche präsent, erkennbar und zeigt Profil.]

Im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit wird als dringender Bedarf die Erarbeitung eines den aktuellen Medienherausforderungen entsprechenden Kommunikationskonzeptes gesehen. Dabei geht es um eine Überprüfung und Veränderung der Struktur unserer Medien- und Öffentlichkeitsarbeit, wie sie auch im Antrag 46/16 zur Sprache kommt mit dem Ziel einer zukunftsorientierten Aufstellung der Landeskirche in diesem Bereich.

[Folie 15]

6. Ausblick

Wie wird es nun weitergehen? Im kommenden Jahr steht die Erarbeitung neuer Strategischen Ziele an für die Zeit von 2019 – 2023. Die Vorbereitungen darauf laufen bereits und auch hier gehen wir neue Wege der Beteiligung: In diesem Semester arbeiten Studierende aus dem Evangelischen Stift, Albrecht-Bengel-Haus und der Interessengemeinschaft Württembergischer Theologiestudierender (IGWT) in Zusammenarbeit mit dem OKR Megatrends auf und evaluieren, welche Relevanz diese Trends für die kirchliche Arbeit haben können. Die Konferenz der landeskirchlichen Bildungseinrichtungen wird ebenfalls die Trends und Herausforderungen diskutieren und ihre Erfahrungen für die Erarbeitung der strategischen Ziele zur Verfügung stellen. Nachdem dies erfolgt ist, wollen wir Sie als Landessynodale frühzeitig in den Prozess einbinden, damit wir bis zur Herbstsynode 2017 zu einer gemeinsamen strategischen Zielsetzung kommen.

[Zeitplan Strategische Planung 2019 – 2023

10/16 – 01/17	<i>Seminar/ Sozietät mit Theologiestudierenden aus ABH und Ev. Stift</i>
01/17 – 02/17	<i>Einbeziehung Stabstelle Visitation</i>
03/17 – 06/17	<i>Arbeit in den Dezernaten unter Einbeziehung der zugeordneten Bereiche</i> <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>der Einrichtungen, Dienste und Werke</i> ➤ <i>Konferenz der Bildungseinrichtungen</i> ➤ <i>Dekaninnen und Dekane</i> ➤ <i>Mitarbeitende in Dezernaten</i>
	<i>Erarbeitung Strategische Ziele 2019-2023 Im Frühjahrskonvent 2017</i>
06/17 – 07/17	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Information der Ergebnisse Frühjahrskonvents in den Gesprächskreisen</i> ✓ <i>Rückmeldung aus den Gesprächskreisen in der Gemeinsamen Beratung</i>
07/17 – 10/17	<i>Übermittlung der Ergebnisse aus den Dezernaten an den Vorstand Vorbereitung Strategiekonvent</i>
10/17	<i>Strategiekonvent</i> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Abstimmung Strategische Ziele</i> ✓ <i>Jahresziele</i> ✓ <i>Zwischenstand</i>
11/17	<i>Vorstellung der Strategischen Planung in der Synode</i>
11/17 – 12/17	<i>Auswertung der Synodalberatung und Jahresziele</i>
danach	<i>Umsetzung der Jahresziele und Maßnahmen zur Erreichung der Jahresziele</i>

2018	
<i>Bis 15.01.18</i>	<i>Vorstellung im Kollegium und Grobplanung Mittelfristige Finanzplanung</i>
<i>09/18 – 10/18</i>	<i>Vorbereitung Strategiekonvent</i>
<i>10/18</i>	<i>Strategiekonvent</i>
<i>11/18</i>	<i>Vorstellung der Strategischen Planung in der Synode</i>
<i>11/18 – 12/18</i>	<i>Auswertung der Synodalberatung und Jahresziele</i>

Es wird darauf hingewiesen, dass die zeitliche Planung sich evtl. in der zeitlichen Abfolge noch etwas verändern kann.]

Wohin wollen wir?

Wir wollen

- 1) In der Wertediskussion Präsenz zeigen,
- 2) Ehe und Familien stärken,
- 3) Digitalisierung gestalten
- 4) Personalwesen im OKR überprüfen, weiterentwickeln und ggf. verbessern und
- 5) ein zukunftsfähiges Kommunikationskonzept für die Landeskirche erarbeiten.

Also: Wir wissen, wohin wir wollen und unsere Jahresziele geben die Richtung vor, in die wir gehen. Bei allem Tun wollen wir es uns immer wieder sagen lassen: „Wir sind es doch nicht, die da die Kirche erhalten könnten. Unsere Vorfahren sind es auch nicht gewesen. Unsere Nachkommen werden's auch nicht sein, sondern der ist's gewesen, ist's noch und wird's sein, der da sagt: „Ich bin bei euch alle Tage bis an der Welt Ende“ (Mt 28,20)“

[Folie 16]

Ich danke für Ihre Aufmerksamkeit und freue mich auf Ihre Impulse.

(Landesbischof Dr. h.c. Frank Otfried July)