



# Thesen zur Verbandsentwicklung

KJG DIÖZESANVERBAND FREIBURG

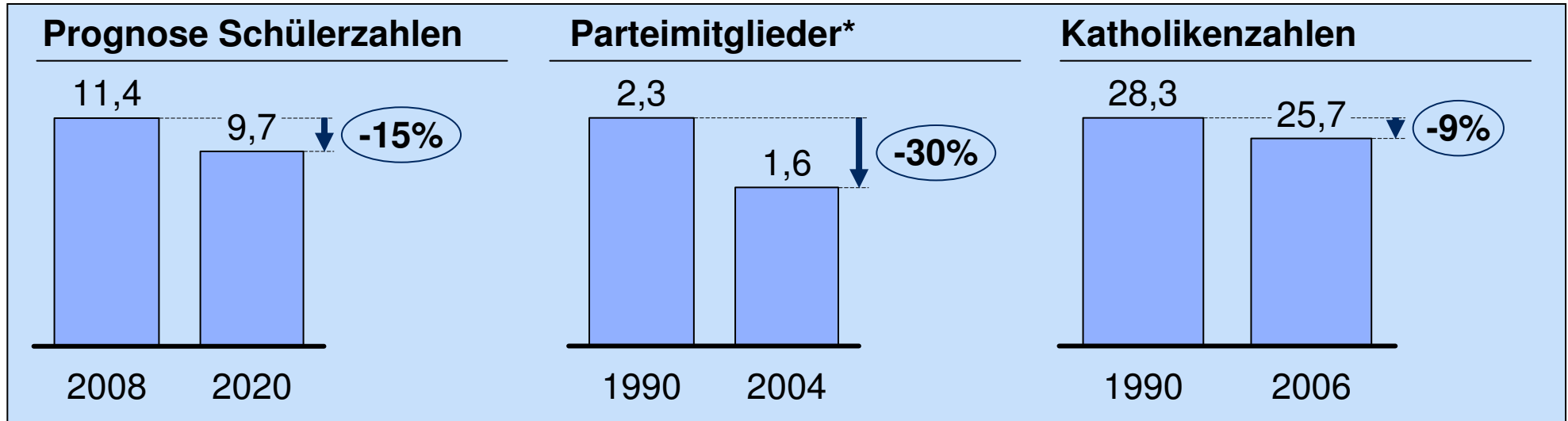
Impulsreferat von Carsten Lotz  
für den Studienteil der Frühjahrsdiözesankonferenz  
Sigmaringen, 14. März 2009

# Inhalt

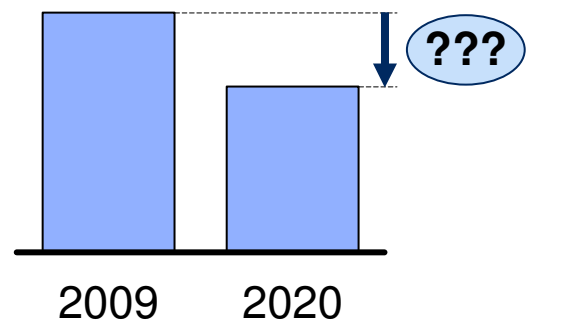
- **Gesellschaftliche Trends und Fragen an die KjG**
- Struktur für Verbandsentwicklung
- Thesen zur Diskussion

# Der Rückgang von Jugendlichkeit, Verbindlichkeit und Kirchlichkeit stellt die KJG vor ein dreifaches Problem

in Mio.



## KjG-Mitglieder



\* Im Bundestag vertretener Parteien

Quelle: KMK, DBK, BPB

# Entscheidende Trends und Fragen für die KjG für einen Prozess der Verbandsentwicklung

Rückgang  
von ...

## Verband- lichkeit

- Lässt sich Verbandlichkeit weiterhin mit einem **offenen Konzept** wie dem der KjG aufrecht erhalten?
- Muss die KjG geschlossener werden (z.B. wie die DPSG), um **identifizierbar** zu bleiben?
- Wie können die Vorteile des Verbandlichen besser **kommuniziert** werden?

## Kirch-lichkeit

- Wie kann sich die KjG **vom** allgemeinen Trend zum **Rückgang des Kirchlichen abkoppeln**?
- Wie kann die KjG den **neuen Trend zu Spiritualität** für sich nutzen?
- Wie wird die KjG zu **"Kirche in der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen"**?

## Kindern/ Jugendlichen

- Wie kann die KjG in einem **"schrumpfenden Markt"** ihren Einfluss / ihre Mitgliederzahl steigern?
- Wie wird die KjG zur Anwältin von Kindern und Jugendlichen in einer Gesellschaft, in der Kinder und Jugendliche von einer **größer werdenden alten Mehrheit** an den Rand gedrängt werden?
- Welche **Schichten** von Kindern und Jugendlichen will die KjG ansprechen?

# Das gesellschaftliche Umfeld ist für die KJG nicht schlecht...

## Papstwahl



- Foto auf der sonst rein textgeprägten Titelseite der FAZ
- Aufmacher selbst bei den führenden Wirtschaftszeitungen
- Programmunterbrechung und Live-Berichterstattung auf fast allen TV-Kanälen

## Weltjugendtag

### Süddeutsche Zeitung

"Mut zum Aufbruch"

**SPIEGEL**

"Gemeinschaft pur – rund um die Uhr"

### General-Anzeiger

"Weltjugendtag – ein großes Fest"

### Frankfurter Allgemeine

"Freude an Papst und Kirche"

**FOCUS**

"Eine Million feiern Papst"

**EXPRESS**

"Benissimo"

### FINANCIAL TIMES

"Ein beeindruckendes Spektakel, das jegliche Erwartung übertroffen hat"



## Inhalt

- Gesellschaftliche Trends und Fragen an die KjG

- **Struktur für Verbandsentwicklung**

- Thesen zur Diskussion

# Eine Verbandsentwicklung sollte einer klaren Struktur folgen



- Wozu gibt es uns?
- Was ist unsere Daseinsberechtigung?
- Wo wollen wir in 20 Jahren sein?
- Was wollen wir erreichen?
- Welche Angebote sind geeignet, um unser Ziel zu erreichen?
- Welche Zielgruppen sprechen wir damit an?
- Wie und wo sprechen wir diese Zielgruppen an?
- Mit welchen Personen sprechen wir sie an?
- Welche Organisationsform eignet sich für das Erreichen der Ziele?
- Welche Arten der Mitgliedschaft sind sinnvoll?
- Welche Finanzierungsformen eignen sich?

## Einige Beispiele für "Mission statements"

**McKinsey&Company**

**To help our clients make distinctive, lasting, and substantial improvements in their performance, and to build a great Firm that attracts, develops, excites, and retains exceptional people**



**... will democratize the automobile**

**easyJet**

**Unser wichtigstes Ziel ist, unsere Kunden sicher von ihrem Abflugs- zu ihrem Bestimmungsort zu bringen und unsere Flugdienste mit einem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten. Wir konzentrieren uns auf konsequente und zuverlässige Produkte und Preise für zahlreiche Routen in Europa und sprechen dabei sowohl die Märkte für Ferien- als auch für Geschäftsreisende an. In diesem Sinne möchten wir unsere Mitarbeiter fördern und mit unseren Lieferanten nachhaltige Beziehungen aufbauen.**

**e-on**

**... wird das weltweit führende Strom- und Gasunternehmen**

## Einige Beispiele für "Mission statements"

**To make people happy**

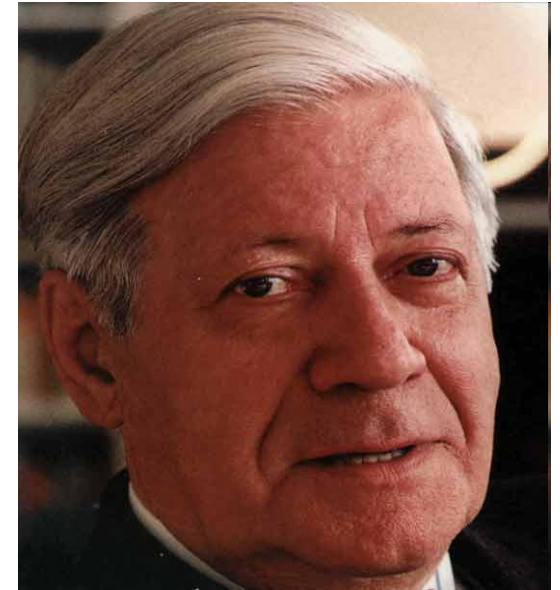
The logo for Walt Disney, featuring the name "WALT DISNEY" in a stylized, cursive script font.

## Vision – Wo wollen wir in 20 Jahren sein?



**"Wenn Du ein Schiff bauen willst, dann trommle nicht Männer zusammen, um Holz zu beschaffen, Aufgaben zu vergeben und die Arbeit einzuteilen, sondern lehre sie die Sehnsucht nach dem weiten, endlosen Meer."**

Antoine de Saint-Exupéry



**"Wer Visionen hat, sollte zum Arzt gehen."**

Helmut Schmidt, Bundeskanzler

## Die Entwicklung einer Strategie setzt die Festlegung von Schwerpunkten anhand konkreter Dimensionen voraus

Dimension	Kernfragen
Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Wen will ich erreichen?</li><li>▪ Anhand welcher Kriterien bestimme ich meine Zielgruppe? (z.B.: Alter, Geschlecht, Konfession, soziales Milieu)</li></ul>
Angebote	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Welche Angebote sind geeignet mein Verbandsziel zu erreichen?</li><li>▪ Wie verhalten sich die Angebote zu meiner Zielgruppe?</li></ul>
Orte	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Wo habe ich leichten Zugang zu meiner Zielgruppe?</li><li>▪ Wo ist die Konkurrenz nicht zu groß?</li></ul>
Personal	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Welche Menschen brauche ich? Welche Qualifikationen?</li><li>▪ Was tue ich, um diese Menschen für ein Engagement zu motivieren?</li></ul>
Marketing	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Wie schaffe ich ein konsistentes Bild von meinem Angebot?</li><li>▪ Mit welcher Botschaft und welchen Medien erreiche ich meine Zielgruppe?</li><li>▪ Welche Gruppen muss ich außerdem ansprechen?</li></ul>

## Dazu bedarf es gewisser Organisationsformen und Strukturen

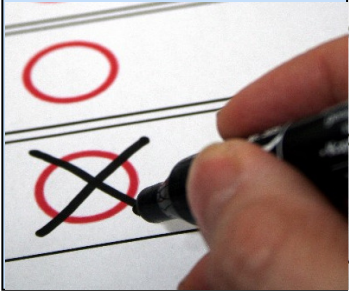
Bereich	Optionen
<b>Organisation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Geographisch oder funktionale Aufstellung</li><li>▪ Anzahl der Ebenen</li><li>▪ Bedingungen der Mitgliedschaft</li><li>▪ Einsetzen der Leitung auf verschiedenen Ebenen</li><li>▪ Mitgliedschaft in Dachverbänden</li></ul>
<b>Finanzierung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Mitgliedsbeiträge</li><li>▪ Spenden</li><li>▪ Öffentliche Zuschüsse</li><li>▪ Zinsen aus Stiftung</li></ul>
<b>Mitgliedschaft</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ "Engagierte" Mitgliedschaft: Aktives Vorbereiten und Durchführen von Veranstaltungen</li><li>▪ "Konsumierende" Mitgliedschaft: Teilnahme an Gruppenstunden, etc.</li><li>▪ "Fördernde" Mitgliedschaft: Finanzielle Unterstützung durch Beitrag</li><li>▪ "Ideelle" Mitgliedschaft: Ideelle Unterstützung</li></ul>

## Inhalt

- Gesellschaftliche Trends und Fragen an die KjG
- Struktur für Verbandsentwicklung
- **Thesen zur Diskussion**

# Alleinstellungsmerkmale und Stärken der KjG

## Demokratie



- Bei der KjG ist Demokratie **mehr als Wählen und Abstimmen** auf der jährlichen Versammlung
- Demokratie meint die **Beteiligung** der Mitglieder an der Auswahl der Themen und der Gestaltung ihrer Aktivitäten
- **Kinder sind dabei gleichberechtigt**, mit entsprechenden Methoden wird sichergestellt, dass ihre Meinung zählt

## Bildung



- Kinder und Jugendliche lernen voneinander durch **Vorbildcharakter und Begleitung**
- KjG ist ein großes **Lernfeld** für Demokratie, für Spiritualität und auch für das Lernen, dadurch trägt sie wesentlich zur **Persönlichkeitsbildung** von Kindern und Jugendlichen bei
- Durch die **ständige Reflexion** des Handelns befinden sich KjGler auf einem kontinuierlichen Lernpfad

## Spiritualität



- In einem **geschützten Umfeld** können neue Formen der Spiritualität ausprobiert und alte entdeckt werden
- Das Angebot ist **niederschwellig** und beginnt z.B. mit dem gemeinsamen Impuls
- KjGler sind Kirche in ihrem Teil der Gesellschaft und prägen diese im Sinne des **Sauerteigs**

# Was habe ich von der KjG gelernt, das mir heute noch hilft?

---

- **Leitung heißt Bündnisse schmieden**
    - Menschen wollen eingebunden und mitgenommen werden
    - Das bessere Argument alleine zählt nicht
    - Wer einen Vorschlag macht, ist manchmal wichtiger als der Inhalt des Vorschlags
  - **Leitung heißt Voraus-Denken**
    - Welche Themen sind demnächst wichtig?
    - Mit welchen Personen kann ich sie vorantreiben?
    - Was sind die Schritte auf dem Weg dorthin? Wie messe ich Erfolg?
  - **Leitung heißt zur Leitung befähigen**
    - Wir erreichen mehr, wenn wir mehr Menschen zur Leitung befähigen
    - Befähigung zur Leitung ist Persönlichkeitsbildung
    - Leitung muss sich immer wieder die Frage stellen: Welche Art von Leitung will ich sein?
-

# Mögliche strategische Perspektiven für die KjG

---

## Gemeindeverband

- **Konsolidierung** der Landschaft kirchlicher Jugendverbände
- **Präsenz der KjG in jeder Gemeinde**
- **Klare Profilierung** der KjG über Qualität in der Gruppenarbeit gegenüber grauen Gruppen

---

## Eliteverband

- Konzentration auf wenige, verbandsprägende Personen
- **Messung des Erfolgs am erzielten Einfluss**, z.B.:
  - Ausgebildete Gruppenleiter
  - Verkaufte Publikationen
  - Erwähnungen in der Presse
  - Teilnahme an Bildungsangeboten
- **Finanzierung über Verkaufserlöse und Kursbeiträge**

---

## Schulverband

- Reaktion auf die Tendenz zur Auflösung der Ortsgemeinde und der **Verlagerung des Lebensmittelpunkts von Kindern und Jugendlichen an die Schulen**
  - Organisation nach Jahrgangsstufen, **Aufgabe der Gemeindeorientierten** Organisation
  - Trägerin von Angeboten in gebundener Ganztagschule
-