

Strategischer Prozess

Mission Gottes in einem ganzheitlichen Verständnis ist das Kernthema der AEM (Strategische Überlegungen)

I Zur Einführung

1 Entscheidung für den Prozess

Der AEM-Vorstand diskutierte auf seiner Strategietaugung vom 9. Juli 13 das Thema Marketing. Ausgehend von dieser Diskussion entschied sich der Vorstand, grundlegend über Mission, Auftrag, Kunden von AEM und ihre Bedürfnisse zu reflektieren. Die fünf entscheidenden Fragen von Peter Drucker (5eF) leiteten den Vorstand auf dem 3jährigen Prozess.

Der Vorstand widmete sich auf jeder VS Sitzung ausführlich den verschiedenen Fragen und Unterfragen. Die Mitglieder wurden verschiedentlich durch Diskussionen und Informationen in den Prozess einbezogen.

(Die fünf entscheidenden Fragen des Managements werden im folgenden 5eF abgekürzt)

2 Überblick

Teil I blickt auf den Prozess zurück; Teil II fasst die Ergebnisse zusammen; Teil III referiert strategische Überlegungen; Teil IV stellt den Zeitplan vor, Teil V liest die offenen Fragen aus dem Prozess auf, Teil VI verweist auf Masterdokument.

3 Die fünf Fragen

1) Grundlage

«Die fünf entscheidenden Fragen des Managements» von Peter F. Drucker, 2009. ISBN: 978-3527504510.

Originaltitel: *"The Five Most Important Questions You Will Ever Ask About Your Organisations"*

Der clevere Begleiter für die Hemdtasche des Managers. Mit fünf einfachen und doch komplexen Fragen schaffen es Peter Drucker und seine Mitautoren auf die essenziellen Bestandteile und Verbesserungsmöglichkeiten des Managements von Unternehmen aufmerksam zu machen.

Sie sind ein Instrument zur Selbsteinschätzung für Verantwortliche und Organisationen, ein Bekenntnis zur Zukunft, ein Versprechen für den Kunden, eine Begeisterung für die Mission des Unternehmens und der volle Arbeitseinsatz, die Organisationen und Führungspersönlichkeiten Energie und Mut zum Wachsen verleihen.

Damit wird sich die Arbeitsweise und Unternehmen von Grund auf verändern.

Wenn sich verantwortliche Leiter trauen, diese Frage zu stellen, werden sie Antworten darauf finden, warum sie tun, was sie tun und wie sie es in Zukunft noch besser machen können. Die fünf Fragen sind:

Frage 1: Was ist unsere Mission?

Frage 2: Wer ist unser Kunde?

Frage 3: Worauf legt der Kunde wert?

Frage 4: Was sind unsere Ergebnisse?

Frage 5: Was ist unser Plan?

2) Über den Autor

Peter F. Drucker (1909-2005) war "der Vater des modernen Managements" (Philip Kotler) und einer der bekanntesten amerikanischen Ökonomen. Geboren in Wien studierte er Wirtschafts- und Rechtswissenschaften in Hamburg und Frankfurt, wo er promovierte und als Redakteur des Frankfurter General-Anzeigers tätig war. Er ging nach London, wo er an den legendären Keynes-Seminaren teilnahm und als Zeitungskorrespondent und Ökonom für eine internationale Bank arbeitete. Bis zu seinem Tod lebte der emeritierte Professor für Management als Autor und Berater in Claremont, Kalifornien. Er rief die nach ihm benannte Peter- F.- Drucker-Foundation für Management im Non-Profit-Bereich ins Leben (heute bekannt als Leader to Leader Institute) und stand zahlreichen Regierungen, Behörden und Managern bedeutender Unternehmen als Berater zur Seite. Er gilt als einer der grössten, wenn nicht als der grösste visionäre Management-Denker des 20. Jahrhunderts.

4 Themen und Verlauf des Prozesses

Anmerkungen: B: Brainstorming, E: Entscheidungen, I: Information

Wann?	Wer?	Was?	Wie?
9./10.6.2013	VS	Mission hochhalten in der Schweiz, Mission positiv positionieren Wer ist unser Kunde (Frage 2)	E B
17.12.2013	VS	Beginn mit den 5eF. Was ist unsere Mission (Frage 1), Ergebnissicherung VS 9.6.13_ Wer ist unser Kunde?	B
17./18.6.2014	VS	Missionsstatement, Anspruchsgruppen, Priorisierung der Gruppen,	B
9.9.14	VS	Vorschlag neuer Claim 'Miteinander für die Welt'; Was bieten wir dem Kunden? Wie hat sich der Kunde verändert?	B
12.11.2014	MV	Brainstorming: Missionsstatement, Claim, neuer Name?	B
16.1.15	VS	Was bieten wir den Kunden?; Ergebnissicherung vom 9.9.2014 Ergebnissicherung MV 12.11.2014 (Missionsstatement, Claim, neuer Name) Worauf legt der Kunde Wert? Brainstorming	I I B
17./18.3.15	MV	Missionsstatement, neuer Claim, Was wird an der AEM geschätzt? Welche Dienstleistungen sind besonders wichtig? Nutzen der AEM für die Werke, Themen der Zukunft	B
10.6.2015	VS	Ergebnissicherung MV 17./18.3.15; Beginn der Klärung der Fragen 4 (was sind unsere Ergebnisse?) und 5 (was ist unser Plan?)	I, B
8.9.2015	VS	Sicherung der Ergebnisse und erste Ideen zur Umsetzung (Fragen 4 & 5)	B
11.11.2015	MV	Update über Stand des Strategieprozesses (Claim, Name, Mission usw.)	I
26.2.2016	VS	Bereinigung und Verabschiedung der Ergebnisse; Strategische Überlegungen, Zeitplanung, Lead, Struktur, Themen der Präsentation 5eF an der MV	E
20.4.2016	MV	Präsentation des Prozesses, Ergebnisse, Strategie, nächste Schritte	I

II Ergebnisse

1 Unsere Vision

AEM verbindet Menschen und Organisationen, die sich lokal und global für Gottes Mission einsetzen.

2 Neues Missionsstatement

Die AEM fördert das Engagement von Menschen, Organisationen und Kirchen in Gottes Mission.

- Sie unterstützt ihre Mitglieder durch Beratung, Weiter- und Fortbildung.
- Sie vernetzt Menschen und Organisationen, die sich lokal und global für Gottes Mission einsetzen.
- Sie vertritt die Interessen ihrer Mitglieder nach aussen.

3 Selbstverständnis

Die AEM ist eine Arbeitsgemeinschaft innerhalb der Evangelischen Allianz.

Mission ist das Kernthema der AEM.

AEM ist ein Dachverband von Menschen, Organisationen und Kirchen, die sich lokal und global für Gottes Mission einsetzen.

Die AEM vernetzt Missionstinteressierte.

4 Der Name AEM

Der Name AEM bleibt bestehen.

5 Unser neuer Claim

Miteinander für die Welt.

6 Logo

Wir ersetzen das alte Logo mit einem neuen Logo.

7 Unsere Kunden

Mitgliedswerke (Innenbereich), Einzelmitglieder, Spender (Input), Kirchen / Gemeinden (Output).

Organisationen, Kirchen und Menschen, die sich lokal und global für Gottes Mission einsetzen.

Organisationen, Kirchen und Menschen, die an Mission interessiert sind.

8 Unsere Kunden wünschen

Vernetzung (Synergien, Beziehungen, Austausch).

MV 20. / 21. April 2016 / Strategischer Prozess

Schulung (Weiterbildung, Missionstheologie, Trends, Fachseminare).

Mobilisierung (Mission.ch, Rekrutierung, junge und ältere Generation).

Support (Geschäftsstelle, Membercare, Beratung, Krisenmanagement, Anlaufstelle).

III Strategische Überlegungen

1 Kernanliegen

Mission im umfassenden Sinn als Kernthema der AEM: theologisch, lokal, global

Mission.ch als wichtigste Plattform für die Mobilisierung

Atraktiver Werbeauftritt / Öffentlichkeitsarbeit

Inspirierende Begegnungen mit Kirchen

2 Mission

Mission Gottes in einem ganzheitlichen Verständnis ist das Kernthema der AEM. Dies äussert sich thematisch in Veranstaltungen, Schulungsangeboten, Werbeauftritten, Rekrutierung, Begegnungen. Die AEM klärt und vermittelt ein biblisches, zeitgemässes und kontextualisiertes Missionsverständnis.

3 Leitbild

Wir formulieren ein neues Leitbild, das auf einer DIN A4 Seite Platz hat. Ziel Frühling 17.

Lead: Stefan, Michael

4 Organigramm / Verantwortlichkeiten

Wir erstellen ein neues Organigramm und klären neu die Verantwortlichkeiten der Betroffenen: Vorstand, Geschäftsleiter, Leiter Mission.ch, Beauftragter Missionstheologie usw. Ziel: Frühling 2017

Lead: Stefan, Fritz

5 Veranstaltungen / Angebote

1) Frühlings- und Herbstveranstaltungen

Frühlings- und Herbstveranstaltungen dienen der Vernetzung, der theologischen und fachlichen Weiterbildung für alle Missionsinteressierte. Die Vereinsarbeit wird minimiert.

Die Frühlingsveranstaltung 2016 widmet sich dem Thema Flüchtling. Dazu sollen die Gemeinden eingeladen werden. Vorbereitung für 2016: Niklaus, Stefan.

MV 20. / 21. April 2016/ Strategischer Prozess

Im 2017 (an der gemeinsamen Tagung mit IA) widmen wir uns der Klärung eines zeitgemässes Missionsverständnisses, das biblisch fundiert und kontextualisiert ist. Vorbereitung für 2017: FP zusammen mit IA, AF-BET und AFEM (Markus Dubach). Knappe Darstellung eines zeitgemässen Missionsverständnisses, das Mitgliedswerken, Kirchen, Ausbildungsstätten hilfreich in ihrer Mission und Kommunikation unterstützt (Eigendarstellung, Verkündigung, Unterricht).

Lead: (Fritz), Philipp, Niklaus / Marc Jost oder Oliver Tezgören / Markus Dubach

Alle zwei Jahre organisiert AEM eine Tagesveranstaltung für den ganzen Staff der Mitgliedswerke. Ziel: Herbst 2017; Output: Weiterbildung / Networking.

Lead: Beatrice / Niklaus

2) Mobilisierungsveranstaltungen

AEM organisiert als Mission.ch jährlich zwei Mission Events für die Rekrutierung von jungen und älteren Menschen für die Mission Gottes. Ziel erstmals: Herbst 2016; output: Sensibilisierung der Jungen für die Mission Gottes.

Lead: Andreas Zindel; Niklaus

6 Mission.ch

Mission.ch ist ein Arbeitszweig der AEM. AEM führt, finanziert und verantwortet Mission.ch.

Der Leiter Mission.ch nimmt an den jährlichen Strategietagen des VS statt. Ziel: Juni 2016 VS Strategietag.

Lead: Stefan; Niklaus

7 Theologie

AEM besetzt innerhalb der SEA das Thema Mission theologisch und fördert die Missionstheologie in den Werken, Ausbildungsstätten, Kirchen und Verbänden. Sie nimmt die missionstheologischen Impulse der Missionskommission der weltweiten Allianz und der Lausanner Bewegung auf und kontextualisiert diese für Mitglieder und Kirchen und Gemeinschaften der Schweiz.

AEM vermittelt und kontextualisiert die Erfahrungen der Interkulturellen Mitarbeiter für die Schweiz. Sie fördert die Missionsbereitschaft der Kirchen für die lokale und globale Mission.

Ziel: Herbst 2017 Konzept.

Lead: Missionstheologie Beauftragter Markus Dubach / Philipp Schmuki

8 Marktauftritt

AEM positioniert sich durch ihren Werbeauftritt (Homepage usw) als Anlaufstelle und Plattform für Mission und für alle am Thema Mission Interessierte: Menschen, junge Menschen, Mitgliedswerke, Institutionen, Kirchen, Gemeinschaften.

Neues Logo, neuer Claim, neuer Werbeauftritt, neue Homepage im Rahmen eines Gesamtkonzeptes werden erarbeitet und proaktiv kommuniziert; Ziel. Herbst 16

Lead: Stefan, Niklaus

9 Zusammenarbeit

AEM klärt die vertiefte Zusammenarbeit mit Interkulturell und Interaction und nutzt die Synergien. Ziel: Gemeinsame Tagung Frühling 17.

Lead: Niklaus / Philipp

10 Internationalität

AEM kontextualisiert die missionstheologischen Themen und Anliegen der Weltweiten Allianz (Mission Commission) und der Lausannerbewegung und der in der Schweiz und in Europa.

Lead: Niklaus / Markus / Philipp

11 Mitgliedswerke

AEM fördert die Synergien unter den Mitgliedswerken (Zusammenarbeit).

AEM bietet theologische, fachliche, themenspezifische Schulungen und Weiterbildungen an.

AEM unterstützt die Werke in Krisensituationen.

AEM unterstützt die Werke in der Mobilisierung für die Mission Gottes.

Lead: Michael / Niklaus.

12 Dienstleistung (Schulung, Beratung)

1) Schulungskurse

- Kulturkurs
- Aufbau eines Trägerkreises
- Rückkehrer Wochenende
- Wochenende für Kinder von Rückkehrer
- Membercare Schulungen
- Fachschulung für Geschäftsführer, zu Versicherungswesen ua.

2) Auftritte als AEM (& Werke)

- Praise Camps
- Crea
- Mission.net
- Mission.ch

3) Mitgliederveranstaltungen

- AEM Jahrestagung Frühling 2 Tage
- AEM Mitgliederversammlung Herbst 1 oder 1/2 Tag

4) Beratung

- Medienberatung / Begleitung
- Vernetzung untereinander

5) Verschiedenes

- Werbeplattform Homepage AEM / Mission.ch
- AfeM missionstheologische Tagung

6) International

- CCD Konferenz
- EEMA Tagung Europa
- Membercare Europa

IV Zeitplanung

Termin	Thema	Aktion	Lead
Strategiesitzung Jun 16	Mission.ch	Leiter Mission.ch nimmt an den Strategietagen teil	Stefan; Niklaus
Strategiesitzung Jun 16	Herbstversammlung 17	Klärung Thema, Termin Staff Treffen	Bea / Niklaus
VS Sitzung Herbst 16	Marketingkonzept (Logo, Claim, Homepage)	VS verabschiedet	Stefan, Niklaus
Herbst 2016	Mobilisierung	2 regionale Mission.ch Ver- anstaltungen	Andreas, Niklaus
VS Sitzung Jan 17	Neues Leitbild	VS verabschiedet zuhan- den MV	Stefan, Michael
VS Sitzung Jan 17	Organigramm / Verant- wortlichkeiten	VS verabschiedet zuhan- den MV	Stefan, Fritz
MV Frühling 17	Neues Leitbild	MV verabschiedet	Stefan, Niklaus
MV Frühling 17	Organigramm / Verant- wortlichkeiten	MV verabschiedet	Stefan
Idee: MV Frühling mit IA	offen	AEM und IA	Noch offen
VS Herbst 17	Konzept Missionstheologie	VS verabschiedet Konzept	Philipp / Markus
MV Herbst 17	Networking	MV für ganzen Staff aller Mitgliedswerken	Beatrice / Niklaus
VS Januar 18	5eF	VS reflektiert Umsetzung und nimmt Korrekturen vor	Stefan

V Offene Fragen aus dem Prozess

Wie baut man ein Missionswerk um, wenn vor Ort Ressourcen und Know-how vorhanden sind?

Sollten wir eine Arbeitsgruppe zum Thema ‚Unerreichte Völker‘ gründen?

Was ist das Berufsbild?

Jährlich nur einmal 2 Tage Mitgliederversammlung?

VI Masterdokument

Die inhaltliche Diskussion um die 5eF wurde in einem Masterdokument nachgedokumentiert. Wer gerne dieses Dokument möchte, kann es bei Niklaus Meier anfragen.

VII Inhaltsverzeichnis

I Zur Einführung.....	1
II Ergebnisse.....	3
III Strategische Überlegungen.....	4
IV Zeitplanung.....	7
V Offene Fragen aus dem Prozess.....	8
VI Inhaltsverzeichnis.....	8