

## Projekt 'Nationale Bildungswoche'

# Themenselektion - Prozessbeschreibung

### Inhalt

1. Ausgangslage & Zielsetzungen, Seite 1
2. Rahmenbedingungen & Parameter, Seite 2
3. Selektionsprozess, Seite 3
4. Beispiele für ein Thema / Motto, Seite 6

### 1. Ausgangslage & Vorgehen

- (A) Für die Festlegung eines Themas oder Mottos sollen alle Mitgliedsorganisationen miteinbezogen werden.
- (B) Der Prozess der Themen-Sammlung, Themen-Evaluation und Themen-Selektion wird folglich angestossen, sobald der positive Entscheid der Mitgliedsorganisationen für die Partizipation an der nationalen Bildungswoche gefallen ist.
- (C) Die Mitgliedsorganisationen werden einbezogen in die Sammlung der Parameter (Vorgaben) für die Themenselektion sowie in die Sammlung von möglichen Themen zuhanden Kreation eines Mottos.
- (D) Der Verband evaluiert und selektiert gemäss den Parametern und gemäss dem Event-/Kampagnenfilter, angepasst auf die Inhalte & Ziele der nationalen Bildungswoche, die Themen und entwickelt daraus ein passendes Motto.

## 2. Rahmenbedingungen & Parameter<sup>1</sup>

Das Thema oder Motto muss

- (A) zugänglich und **attraktiv** sein für ein breites Publikum auch **ausserhalb** von *plusbildung* (Kampagnen-/Eventfilter, Fokusgruppenbefragungen) und die Menschen da abholen, wo sie sind / zu den Menschen bzw. dem Publikum auch thematisch **hingehen**;
- (B) zu Aufgaben & Anliegen von plusbildung passen (**Absender-Kongruenz**);
- (C) einen **gemeinsamen Überbau & Wiedererkennung** bieten für alle Aktivitäten der nationalen Bildungswoche und sprachregional adaptierbar und einsetzbar sein;
- (D) maximal **variabel einsetzbar** sein und grösstmögliche Freiheit in der Ausgestaltung pro Mitgliedsorganisation bieten, so dass die unterschiedlich ausgeprägten Arbeitsweisen und Rahmenbedingungen der Mitgliedsorganisationen (Bildungsinstitutionen, Kirchgemeinden, ... vollkommen frei in der eigenen Themenwahl und in der Umsetzung sind; es wird daher ein **attraktives, relevantes und breit gefasstes Motto** kreiert, um Wiedererkennung zu bieten und gleichzeitig thematisch keine Eingrenzungen aufzuerlegen (s.o.).

---

<sup>1</sup> Die Rahmenbedingungen & Parameter bilden die Zusammenfassung der Vorgaben aus den Vorarbeiten, der Herbsttagung, der Nachbearbeitung, der Analysen sowie von im Vorfeld zur GV geführten Einzelinterviews mit Einzelvertreterinnen und -vertretern von *plusbildung* bzw. einzelner Mitgliedsorganisationen ab. Sie sind nicht abschliessend und werden bei positiver Entscheidung für die Durchführung der nationalen Bildungswoche im Kontakt mit sämtlichen Mitgliedsorganisationen weiter ergänzt.

### 3. Selektionsprozess

#### Themensammlung, Quellen

Quelle	Status
Einzelne Vorab-Sammlung Projektgruppe / Themengruppe	Vor GV ▾
Inputs der Vertretenden der Mitgliedsorganisationen aus Herbsttagung	Vor GV ▾
Inputs von Mitgliedsorganisationen an Verband direkt (jederzeit möglich)	Vor GV ▾
eventuell: Inputs der Vertretenden der Mitgliedsorganisationen an GV	In Sitzung ▾
Einholen von Inputs der Mitglieder - per Mail (manuelle Verarbeitung), per Formular / Online-Umfrage u/o mündlich (Einzelinterviews, Projektgruppe)	Nach GV ▾
Aufnahme von Inputs (Übermittlung vonseiten Mitglieder)	Nach GV ▾
Ergänzung von Themen mit externen Blickwinkel aus Aktualität, Relevanz, Projektbegleitung & Kontakten mit Projektgruppe und Mitgliedsorganisations-Vertretenden	Nach Sammlung ▾
Zusammenstellung Gesamthafte Auslegeordnung	Nach Sammlung ▾

**Themensammlung, Impulse für die Ideenfindung**

Themen-Kriterium	Filter
Attraktivität ▾	<input type="checkbox"/> Anknüpfung an bestehende, externe Relevanz & Aktualität <input type="checkbox"/> Bezug zu Lebensrealität eines breiteren Publikums <input type="checkbox"/> Eingängigkeit und Emotionalität
Übergeordnet nutzbar ▾	<input type="checkbox"/> für alle Regionen umsetzbar <input type="checkbox"/> für alle Mitgliedsorganisationen nutzbar <input type="checkbox"/> für mögliche Partner bestmöglich nutzbar
Lokal anpassbar ▾	<input type="checkbox"/> variabel mit unterschiedlichen Ausprägungen & Perspektiven; breit genug, dass Subthemen & eigene Interpretationen (regional, lokal, Organisationsspezifisch) möglich sind
Glaubwürdigkeit ▾	<input type="checkbox"/> entstammt einem jener Themenbereiche, mit denen plusbildung und seine Mitglieder im Alltag konfrontiert ist, so dass Themen, Inputs und Fragen während der Bildungswoche auf Basis von Erfahrungen exemplifiziert werden können <input type="checkbox"/> Entspricht dem Absender plusbildung, seiner Aufgabe und seinen Themen
Kommunikationseignung ▾	<input type="checkbox"/> einfache Verständlichkeit; einfaches Überthema <input type="checkbox"/> Variabilität <input type="checkbox"/> Themen-Orientierung (nicht Absender- oder Produkteorientierung) <input type="checkbox"/> Potential für Bekanntheitssteigerung
Zielkongruenz ▾	<input type="checkbox"/> erfüllt die definierten Ziele in der Analyse: das Thema sollte in sich <sup>2</sup> sensibilisierende Funktion haben; Motivieren zur Wahrnehmung religiös-ethischer Verantwortung; Vermittlung von Wissen leisten; Förderung von Vernetzung & Kooperation und die Markenstärkung erlauben <input type="checkbox"/> erfüllt die definierten Ziele in der Analyse der Feindefinition der Herbsttagung: baut eine erfolgreiche Bühne für die kirchliche Bildung; das Projekt stärkt den Verband und seine Mitglieder durch die gemeinsame Umsetzung, die Marke durch den gemeinsamen Auftritt und steigert die Reichweite und die öffentliche Wahrnehmung

<sup>2</sup> nicht alle Themen eignen sich zur Sensibilisierung. Zentral ist, dass mit mehr Aufmerksamkeit, Bewusstseinschaffung & Auseinandersetzung Veränderungen in Einstellungen und Verhalten erzielt werden. Andere Themen zielen auf konkrete Programmumsetzungen o.ä. an; Sensibilisierungsziele auf die Änderung von Verhalten und Einstellungen.

**Themen-Evaluation: Inhaltliche Selektion & Campaigning-/Eventfilter**

Kriterium	Filter
gesellschaftliche Relevanz ▾	<input type="checkbox"/> Prävalenz & Gravität: welches Thema ist besonders prävalent u/o gravierend (auch ohne hohe Häufigkeit) für die Zielgruppen? <input type="checkbox"/> Miteinbezug von Fokusgruppen ausserhalb von plusbildung
Wirkungsorientierung ▾	<input type="checkbox"/> Bei welchem Thema besteht der höchste Nutzen / Wirkung der Auseinandersetzung an Bildungswoche? → für Sensibilisierung, Motivation zu ethischem Handeln, Wissensvermittlung,...
inhaltl.Relevanz & Expertise ▾	<input type="checkbox"/> Absender-Bezug: In welchen Themen können plusbildung und seine Mitglieder ihre Expertise portieren? <input type="checkbox"/> Produkte-Bezug: Wo gibt es (bestehende) Angebote des Verbands und der Mitglieder, die Content schaffen?
Positionierung ▾	<input type="checkbox"/> welches Thema ist noch nicht von anderen Akteuren bearbeitet? fehlende anderweitige Portierung / keine anderen Akteure, die bereits das gleiche Thema / Anliegen behandeln; Potential für Themenführerschaft (und damit a) höheres Kommunikationspotential und b) stärkere Markensteigerung) <input type="checkbox"/> Kommunikatives Potential für viel Inhalt, viel Variabilität im Storytelling, viele Perspektiven, <input type="checkbox"/> Emotionale Komponente (vereinfacht ZG-Ansprache); Newswertigkeit;
Zielorientierung ▾	<input type="checkbox"/> Kongruenz mit Zielen (s.o.): Motivation; Sensibilisierung; Wissensvermittlung; Markenbekanntheit, Medienpräsenz; Aktualität; Netzwerkstörung, ...

#### 4. Bisher genannte Beispiele für die Themen-Sammlung

*Bewegung - Veränderung - Entwicklung - Transformation*

*Beziehung, - Zugehörigkeit - Verbundenheit - Identität*

*Sehnsucht - Urbedürfnisse - Aufbruch - Ausbruch*

*Vielfalt - Lebensformen - Individualisierung - Polarisierung - Freiwilligkeit - Eingebundensein*

*«Hallo Erde – Ist da wer?» - Hallo Leben - Lust am Leben - Zuversicht*

*lebendig - schärfer - gemeinsam*

*ethisch handeln - nachhaltig wirken - bewirken*

*(Gemeinsame) Suche - Fragen stellen statt Antworten geben*

**Empfehlung:**  
**Aufarbeitung[1] des selektierten Themas / Themenbereiches**  
**in ein attraktives, passendes[2] Motto,**  
**unter dessen Dach jede Art von Thema, Anlass und Ausgestaltung passt.**

[1]

- (A) Sammlung von Themen
- (B) Selektion gemäss Filterkriterien
- (C) Aufarbeitung

[2]

- passend zu plusbildung
- passend für Zielgruppen
- passend für Events & Kommunikation
- passend für Überbau & Wiedererkennung
- passend für unterschiedliche Ausgestaltung