

Sinnstiftermag ist ein:

- Magazin, das zweimal im Jahr über Kirche und Kommunikation reflektiert
- Projekt im Schnittbereich kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit und werblicher Kommunikation
- Radar zur Ortung interessanter Themen und Menschen im kirchlich-medialen Umfeld



Foto: © 31M

Die vierundzwanzigste Ausgabe von sinnstiftermag erscheint im Dezember 2019. Klicken Sie sich wieder ein!

smart/hart: Was (kirchliche) Führungskräfte in puncto Kommunikation draufhaben müssen

Die dreiundzwanzigste Ausgabe von sinnstiftermag

"Aus meiner Sicht fehlt es in Summe in kirchlichen Organisationen oft an Konsequenz, wenn es darum geht Fehlverhalten oder Minderleistungen klar zu benennen oder sogar Konsequenzen daraus zu ziehen", sagt Detlev Trapp, Gründer eines Unternehmens für Organisationsentwicklung und Kommunikation, im Interview der neuen und 23. Sinnstiftermag-Ausgabe.

Entwicklungs- und Veränderungsprozesse sind für professionelle Unternehmensberaterinnen und -berater längst ein alter Schuh: Lösungsorientiertes Arbeiten sowie Hierarchie- und Konfliktmanagement gehören zum guten Ton einer innovativen „Corporate Identity“. Externe Agenturen analysieren dabei ihre Auftraggeber und bereiten sie auf notwendige und oft unangenehme Veränderungsprozesse vor – die Bereitschaft für Neues muss von der Führungsebene bis in jeden kleinen Unternehmenszweig gelebt werden.

Die Grundprämisse für zukunfts- und gewinnorientierte Veränderung ist der persönliche Dialog. Doch wie lassen sich wirtschaftliche Bedürfnisse eines Unternehmens auf Vertreterinnen und Vertreter der Kirche übertragen? Auch im Glaubenskonzext wehen die Fahnen neuerdings in eine neue Richtung. Die Kirche ist gebeutelt von schwacher Krisenkommunikation. Aktuelle Austrittsstatistiken belegen, dass sie sich zwingend ein neues Kommunikationsgewand zulegen muss.

Wie beraten externe Profis also Kirche? Und wie können Konflikte kommuniziert werden? „In der direkten Zusammenarbeit fällt uns auf, dass viele Mitarbeiter und Führungskräfte im kirchlichen Kontext einen sehr hohen Grad an Selbstreflexions- und Kommunikationskompetenz zeigen. Viele bringen hier mehr mit als Führungskräfte in Unternehmen“, so Detlev Trapp weiter. Er sieht die Stärken kirchlicher Kommunikation in ihrer Möglichkeit, große Gruppen begeistern zu können. Ihre Schwächen? „Organisationsentwicklung und Strategieentwicklung“, also methodisches Wissen.

Und auch in der Titelstory „Die Welt mit den Augen des Anderen sehen!“ von Thomas de Nocker und Winfried Hinzen wird ein ge-

meinsamer Lösungsansatz deutlich: Dialog, Feedback und das empathische Zusammenführen verschiedener ‚Fremdsprachen‘. Zehn Statements, die unterschiedlicher nicht sein könnten, werden Sie sicherlich zu innovativen Kommunikationsansätzen inspirieren. Und wenn Ihnen manchmal die Worte fehlen, legen wir Ihnen das Statement einer Gehörlosenberaterin ans Herz!

Viel Spaß beim Lesen!