

WORT
SCHÖPFUNG
POETRY SLAM

HEUTE ÜBER GLAUBEN REDEN.

Erfahrungen aus dem Projekt
WORT: SCHÖPFUNG als Inspiration
für zeitgemäße pastorale Formate.



IMPRESSUM

Erzbischöfliches Seelsorgeamt

Abteilung III Erwachsenenpastoral

Arbeitsbereich Junge Erwachsene

Okenstraße 15

79108 Freiburg im Breisgau

E-Mail: raphaela.soden@seelsorgeamt-freiburg.de

inhaltlich verantwortlich: Raphaela Soden

Abteilung I Kirchenentwicklung und pastorale Innovation

Arbeitsbereich Glaubenskommunikation

Okenstraße 15

79108 Freiburg

Email: tobias.aldinger@seelsorgeamt-freiburg.de

inhaltlich verantwortlich: Tobias Aldinger

Bestellung

shop.seelsorgeamt-freiburg.de

Bestellnummer: 07121119



**UMSETZUNG
& BERATUNG**

Tobias Sauer

<https://ruach.jetzt>

ruach.**jetzt**

INHALTSVERZEICHNIS

3 _ Vowort

4 _ Unsere Evaluation

5 _ Wichtige Begriffe

6-7 _ plan

Neue Sprache, neue Wege,
neue Zielgruppe.
Unser Vorhaben.

8-13 _ do

Sprachkreative Suche
nach Glauben.
Unsere Umsetzung.

14-17 _ check

Verkündigung vom Kopf
auf die Füße gestellt.
Die Bestandsaufnahme.

18-20 _ act

Auch morgen über Glauben
sprechen.
Wie es weitergehen kann.

EIN PAAR WORTE ZUM ANFANG.

Dieses Heft ist nicht nur eine Auswertung des Projekts WORT:SCHÖPFUNG. Es soll Mut und Inspiration für eigene Wege geben. Dazu findest du auch konkrete Tipps für dein eigenes Poetry Slam Projekt (v.a. im Kapitel do und act).

Das Wichtigste zu Beginn: Dieses Projekt lebt von dem Herzblut und der Motivation der vielen Engagierten vor Ort. Danke an die Kooperationspartner*innen, die WORT:SCHÖPFUNG zu einer grandiosen Plattform für kreative Wortkunst und wundervollen Begegnungen gemacht haben. Wenn in diesem Heft von "Wir" die Rede ist, dann ist diese Truppe gemeint:

Andrea Legge, Ela Bradl, Claus Kaifer, David Falk, Silvia Dufner, Michaela Elbs, Lisa Gerstner, Ursula Kunner, Kathrin Grein, Gunter Berberich, Julia Baur, Julia Kerner, Lena Nothelfer, Manuel Spang, Miriam Bosch, Mirka Haring, Nils Max, Joel Perin, Philipp Haas, Samuel Schelle, Simon Sucher, Sebastian Stöhr, Tobias Hofmann und Wiekbe Dornauer und die Teams und Mitarbeitenden der örtlichen Projektpartner*innen.

Besonderer Dank geht an die Verantwortlichen des Erzbischöflichen Seelsorgeamtes, die das Projekt gewollt und finanziell ermöglicht haben: Andreas Möhrle, Barbara Winter-Riesterer, Stefan Bonath, Judith Weber und Manuel Schätzle. Danke an die Pressestelle des Erzbistums für die mediale Unterstützung. Dem Slam Master Johannes Elster, der uns das ganze Projekt über beraten und unterstützt hat: DANKE!

Das Projekt hat uns gezeigt: Sei mutiger als deine Bedenken. Traue anderen immer mehr zu als sie sich selbst. Bringe Welten zusammen, die scheinbar nicht zusammenpassen. Wenn wir das Evangelium richtig verstanden haben, dann ist es wohl genau das, was Jesus uns mitgibt. Fürchte dich nicht und bring Menschen zusammen.

Raphaella Soden

Arbeitsbereich Junge Erwachsene

Tobias Aldinger

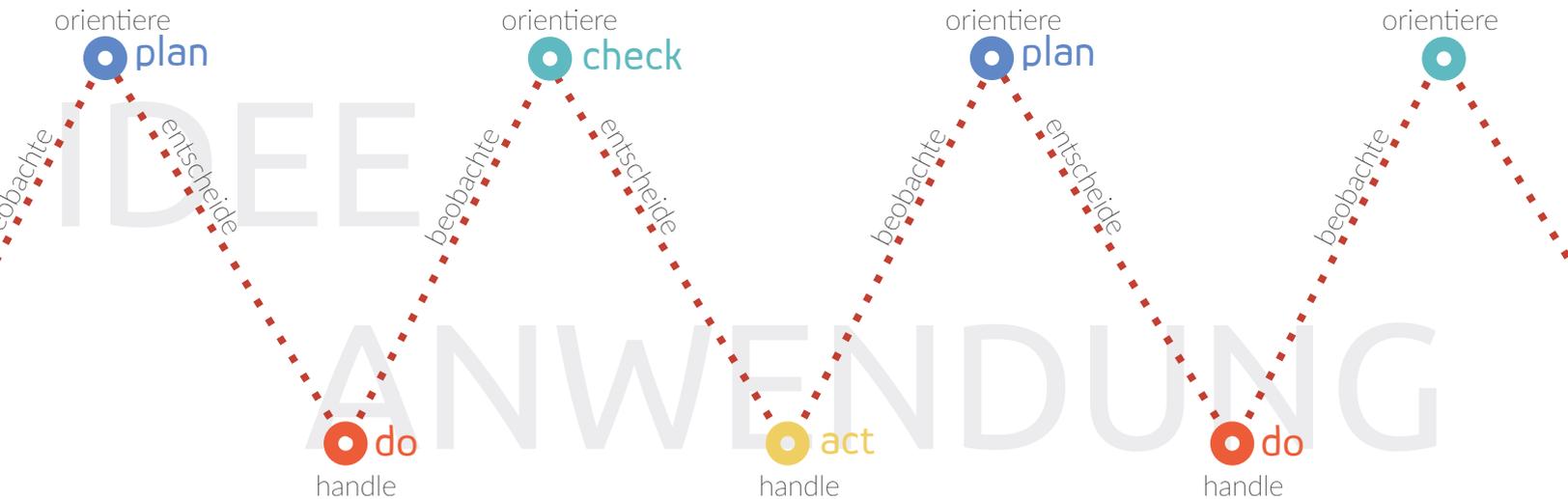
Arbeitsbereich Glaubenskommunikation /
Bonifatiuswerk



WIE HABEN WIR EVALUIERT?

UNSER WERKZEUG

Unser Projekt haben wir mit einem PDCA-Zyklus aufgebaut. Dieser stammt aus dem Qualitätsmanagement und hat zum Ziel, durch Reflexion eine stetige Weiterentwicklung des Prozesses zu ermöglichen. Dafür wird der Prozess in seinen vier Phasen plan – do – check – act einzeln betrachtet. Am Beginn steht die Planung des Vorhabens, gefolgt von der Umsetzung, der Überprüfung und anschließenden Festlegung einer neuen Ausgangssituation. Von der neuen Ausgangslage aus kann wieder ein neues *plan* konzipiert werden. So ist der PDCA-Zyklus vor allem für kontinuierliche Qualitätsverbesserung eine gute Methode.



QUANTITATIVE AUSWERTUNG

Für die Überprüfung unseres Vorhabens (plan), haben wir die Kooperationspartner*innen, Besucher*innen, Workshopteilnehmenden und Wettbewerbsteilnehmer*innen im nachhinein in einem Fragebogen zu verschiedenen Punkten befragt. Die Datenbasis für die Fragebögen ist wie folgt:

- Kooperationspartner*innen (17 Antworten)
- Besucher*innen (82 Antworten)
- Workshopteilnehmende (23 Antworten)
- Wettbewerbsteilnehmer*innen (42 Antworten)

QUALITATIVE AUSWERTUNG

Die eingereichten Texte des Wettbewerbs wurden einer qualitativen und quantitativen Textanalyse unterzogen. Dabei werden sowohl Keywords generiert, die Häufigkeit der Worte gezählt und nach den Themen Hoffnung, Liebe, Glaube, Leben sowie nach erkennbarem Transzendenzbezug kategorisiert.

DIE WICHTIGSTEN BEGRIFFE

Wir haben in der Zeit des Projektes einiges gelernt. Dazu gehören auch neue Begriffe. Wie jede andere Szene, hat auch die Poetry Slam Szene eine eigene Sprache und eigene Begriffe. Im Folgenden haben wir die Bezeichnungen, die uns selber fremd waren, aufgezählt und erklärt.

Poetry Slam ist ein Veranstaltungsformat. Es entstand 1986 in Chicago als ein literarischer Vortragswettbewerb. Dabei tragen mehrere Poet*innen selbstgeschriebene Texte vor Publikum vor. Die Vortragszeit ist zeitlich limitiert. Das Publikum kürt anschließend den Siegertext. Beim Poetry Slam sind keine Hilfsmittel erlaubt. Poetry Slam ist ein weltweites Phänomen. Die deutsche Szene gilt als die größte. Die Textgattung nennt man **Slam-Poetry**, das Genre ist **Spoken Word**.

Slam Master*innen ist der*die Moderator*in und oft auch Gastgeber*in eines regelmäßigen Poetry Slams.

Line Up ist die Bezeichnung für die am Abend antretenden Poet*innen. Die Reihenfolge der Auftritte wird ausgelost.

Preacher Slam ist eine Abwandlung des Poetry Slam, der anstatt auf Slam-Poetry auf Predigt als Textform setzt. Die Grenzen sind dabei nicht klar zu definieren. Die Regeln werden meistens 1:1 übernommen. Größtes

Unterscheidungsmerkmal ist der Fokus der Themen auf christliche Interessen, eine Kirche als Veranstaltungsort und die Auswahl der Preacher*innen, die oft beruflich in Kirche arbeiten.

Als **Opferlamm** wird der erste Text des Abends benannt, der außerhalb der Wertung auftritt und als Ziel die Einstimmung des Publikums auf den Abend hat.

Bei jedem Slam gibt es eine **Bewertung**. Diese wird vom Publikum durch unterschiedliche Arten gegeben. Eine weitverbreitete Möglichkeit ist der Applaus, aber auch eine zufällige Auswahl von Jurymitglieder ist möglich. Jede*r Artist*in hat grundsätzlich den Respekt des Publikums. Die Bewertung bezieht sich vor allem auf die Leistung im Moment.

Bei einem **Themenslam** performen die Slammer*innen mindestens einen Text zu einem vorgegebenen Thema. In unserem Fall haben wir mit den Wörtern "Glaube, Liebe, Hoffnung" einen Themenrahmen vorgegeben. Uns war es dabei wichtig, dass nicht wir bewerten, ob der Text zu diesem Thema passt, sondern der*die Poet*in.



NEUE SPRACHE, NEUE WEGE, NEUE ZIELGRUPPE.

STEP 1 > PLAN

WORT:SCHÖPFUNG soll ein Format für frische Glaubenskommunikation werden: Poesie, Hiphop und Slam Poetry sind voll von Glaubens- und Lebensfragen, die Menschen umtreiben und antreiben. Dieser sprachkreativen Suche nach Glaube, Identität und Gott will das Projekt WORT:SCHÖPFUNG eine besondere Plattform bieten: Die Herzensanliegen des Evangeliums, der Erfahrungsschatz der Menschen und kreative Sprache kommen zusammen und münden in eine außergewöhnliche Kirchen(raum)erfahrung auch außerhalb von Kirchenräumen.

! Junge Erwachsene sind ein blinder Fleck für kirchliche Angebote. Ihre Popkultur hat keinen Raum in kirchlicher Struktur. Dabei bildet diese eine Möglichkeit, sich über Glaubens- und Lebensthemen auseinanderzusetzen.

Junge Erwachsene, die eine Sehnsucht nach Sinn verspüren, finden jedoch in klassischen Strukturen keine Heimat.

? Wie wird ein Raum für die Auseinandersetzung mit Herzens- und Glaubens Themen für Junge Erwachsene von Seiten der Kirche geschaffen, der Ihre Popkultur wertschätzt und diese als Ausgangspunkt für Sehnsucht und Suche nach Sinn ernst nimmt?



Wir möchten mit unserer Veranstaltung einen Ort für Junge Erwachsene schaffen, der der popkulturellen Prägung entspricht und Raum für Herzens- und Lebensthemen gibt. Wir sehen im Poetry Slam ein geeignetes Format für dieses Vorhaben.

! Die visuelle Sprache der Kirche ist veraltet. Sie entspricht nicht mehr oder nur unzureichend allgemeinem ästhetischem Empfinden.

Hinzukommt, dass die kirchliche Sprache zunehmend als floskelhaft, lebensfern und unverständlich wahrgenommen wird. Kirche hat im Moment kaum Möglichkeiten über Glauben zu sprechen.

? Welche andere, nicht klassische Form gibt es in der heutigen Zeit über Glauben zu sprechen?

Welche Ästhetik und Sprache ist notwendig, um über Glauben mit Jungen Erwachsenen ins Gespräch zu kommen?



Wir achten in der Konzeption unserer Veranstaltung auf angemessene Ästhetik. Eine neue Sprache lernen wir von professionellen Spoken Word Artist. Zusätzlich veranstalten wir einen Wettbewerb, der uns dabei hilft, auch ungehörte Stimmen wahrzunehmen und einen Raum bietet, Herzenthematen in Text zu bringen.

WORT SCHÖPFUNG POETRY SLAM

Poetry Slams über
Glaube, Liebe, Hoffnung.

! In Gesprächen hat sich uns gezeigt, dass die diözesane Ebene Vor-Ort oft als blockierend und belastend erlebt wird, obwohl sie andere Potentiale hat, die Vor-Ort hilfreich sein können.

Konzeptionen, die auf diözesaner Ebene erstellt werden, überfordern oft die Kapazitäten Vor-Ort oder sind ohne massive Unterstützung der diözesanen Ebene nicht umsetzbar.

? Wie schaffen wir es Strukturen aufzubauen, die die Stärken der unterschiedlichen Ebenen innerhalb der Organisation für innovative Projekte nutzt?

Wie müssen innovative Projekte konzipiert sein, dass sie auch auf der Fläche praktikabel sind?



Statt rein theoretischer Konzeption, bauen wir aus unserer Idee ein Format. Dieses ist in den größten Teilen vorgeplant und wird von uns zusammen mit lokalen Partner*innen an die Gegebenheiten angepasst.

Zusätzlich unterstützen wir bei Werbung und Vermarktung.

Wir wollen eine Plattform für sprachkreative Suche nach Glauben, Identität und Gott bieten.

Denn wir sind der Überzeugung, dass Glaubenskommunikation keine Einbahnstraße ist, sondern auf dem gegenseitigen Wahrnehmen der verschiedenen Antworten der Menschen auf die Selbstmitteilung Gottes beruht.

*Mit WORT: SCHÖPFUNG predigen wir nicht, sondern bieten einen Ort für moderne Prophet*innen.*



SPRACHKREATIVE SUCHE NACH GLAUBEN.

STEP 2 > DO

DER ZEITPLAN

JULI 2017

Erste Überlegungen

DEZEMBER 2017

- JULI 2018

Planung

JULI 2018

- JANUAR 2019

Durchführung

FEBRUAR 2019

- AUGUST 2019

Auswertung

UNSER PROJEKT IN ZAHLEN

Bei unseren **4 Poetry Slams** und **einem Abschlussevent** mit **21 beteiligten**

Poet*innen aus der deutschsprachigen Poetry Slam Szene, haben wir über **1200 Personen erreicht** und **3440,51€ für karitative Zwecke** gesammelt.

Bei den **5 Workshops** hatten wir insgesamt **76 Teilnehmende**, wobei **8 direkt** an dem Abend ihren Text auf der Bühne **vorgetragen** haben.

Unser offener Wettbewerb hatte **72 Einreichungen**. Die **11 Siegertitel** wurden von einer 6-köpfigen Jury (Msgr. Georg Austen, Weihbischof Peter Birkhofer, Nils Max, Michael Wirbitzky (SWR3), Johanna Vering, Janine Knoop-Bauer) ausgewählt.

Wir haben mit **14 Kooperationspartner*innen** (Seelsorgeeinheiten, Hochschulgemeinden, Institutionen, Hilfswerke) zusammen arbeiten dürfen. Dabei haben sich auch **Verbindungen über den binnenkirchlichen Raum hinaus** ergeben. Darunter u.a. viele Akteur*innen der Poetry Slam Szene, die Popakademie Baden-Württemberg, Handmade Pictures, Stadt Wand Kunst - Streetart Netzwerk Mannheim.

MANNHEIM
@POPAKADEMIE

180 Besucher
18 Workshopteilnehmende
688,10€ Spendenerlös

KARLSRUHE
@KHG

140 Besucher
9 Workshopteilnehmende
400€ Spendenerlös

FAUTENBACH
@JUGENDKIRCHE

100 Besucher
16 Workshopteilnehmende
97,40€ Spendenerlös

FREIBURG
@JOHANNESKIRCHE

>600 Besucher
15 Workshopteilnehmende
1688,41€ Spendenerlös

**VILLINGEN-
SCHWENNINGEN**
@GEMEINDEZENTRUM MÜNSTER

200 Besucher
18 Workshopteilnehmende
566,30€ Spendenerlös

AUF DIE BEINE GESTELLT.

Unser Vorgehen für
die Organisation
der Veranstaltungen.

WIR WERBEN FÜR UNS

Die bestehenden Kommunikationskanäle der Pfarreien über Pfarrbrief und Homepage sind für das Erreichen unserer Zielgruppe nicht hilfreich.

Für ein Poetry Slam interessiertes Publikum gilt: Facebook-Werbung funktioniert. Wenn die Veranstaltung bezahlt beworben wird, erreicht sie auch Menschen über die eigene kirchliche Zielgruppe hinaus. Die Werbung für das Event war leichter, wenn bereits eine Poetry Slam Szene in der Stadt existiert. Des Weiteren bieten Facebook Gruppen eine gute Möglichkeit, um mit den unterschiedlichen Szenen regional und überregional in den Austausch zu kommen.

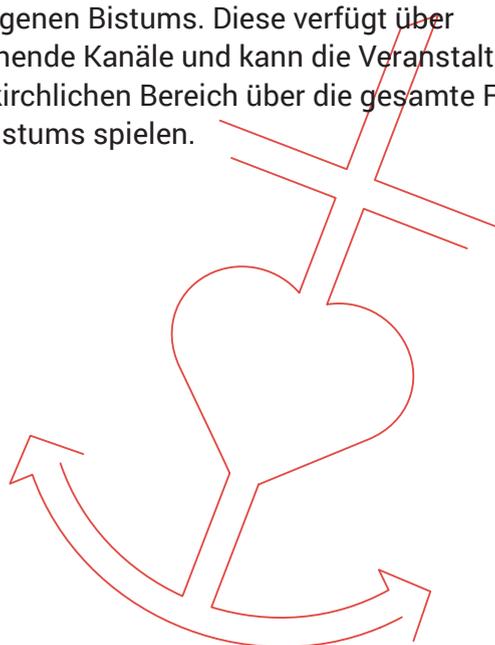
Immer mehr Spoken Word Künstler*innen sind mittlerweile auf Instagram vertreten. Für zukünftige Veranstaltungen gilt es, dies ebenfalls als Werbekanal zu nutzen.

Eine weitere Möglichkeit ist die Werbung über regionale Kulturmagazine, Onlineblogs sowie Veranstaltungskalender. Diese sind in den meisten ländlichen und städtischen Räumen zu finden.

Unsere Erfahrung zeigt: Wenn Kirche mal was *anderes macht*, besteht auch bei säkularen Anbieter*innen großes Interesse.

Der Aufbau eines Netzwerks für die Öffentlichkeitsarbeit in der Startphase des Projektes hilft sowohl für die mediale Begleitung während der Veranstaltungen, als auch für zukünftige Öffentlichkeitsarbeit.

Ein nicht zu verachtende kircheninterne Partnerin für die Öffentlichkeitsarbeit ist die Pressestelle des eigenen Bistums. Diese verfügt über bestehende Kanäle und kann die Veranstaltung im innerkirchlichen Bereich über die gesamte Fläche des Bistums spielen.



WIR GEHEN AN ORTE

Ein Vorteil, den Kirche als Veranstalterin mit sich bringt, ist, dass sie beinahe überall eigene

Räume besitzt. Das kann in strukturschwachen Gegenden genutzt werden. Jedoch ist zu beachten, dass Gemeindehäuser für viele Menschen außerhalb des pfarreilichen Kontext eine Hürde darstellen. Dies liegt sowohl an den bestehenden Vorurteilen gegenüber kirchlichen Veranstaltungen als auch an der oft unansehnlichen Ästhetik der Pfarreigebäude. Kirchenräume bieten da oft eine ansprechendere Ästhetik, sind jedoch im Hinblick auf Akustik nur sehr schwer bespielbar. Wenn die Veranstaltung in einem Kirchenraum stattfinden soll, sollte dies vorher mit dem*der Tontechniker*innen abgesprochen und geplant werden.

Wir haben uns dazu entschieden, wann immer möglich Orte zu wählen, die bereits ähnliche Veranstaltungen ausrichten und entsprechende Zielgruppen mit sich bringen.

Diese Kooperation mit den unterschiedlichsten Veranstaltungsorten (Jugendclub, Kneipe, Kulturzentren, ...) erweitern das Netzwerk ungemein. Zusätzlich ist das Nutzen von vorhandenen Kulturräumen ein wertvoller Beitrag zur Partizipation und Unterstützung der lokalen Kulturszene und Dahin-Gehen, wo die Menschen sind, anstatt eines Wartens, dass Leute kommen.

Damit die Veranstaltung nicht fremd wirkt, haben wir, wann immer es ging, mit den Menschen, die den ausgesuchten Ort schon oft bespielt haben, zusammengearbeitet. So konnten wir von deren Erfahrungen profitieren.

Diese ist notwendig, da bereits Kleinigkeiten wie die Wahl der zu verkaufenden Getränke großen Einfluss auf den Flair der Veranstaltung hat. Der Ort und seine Ausgestaltung sollte dem Lebensstil und dem Geschmack der angesprochenen Zielgruppe entsprechen.



WIR ARBEITEN MIT EXPERT*INNEN

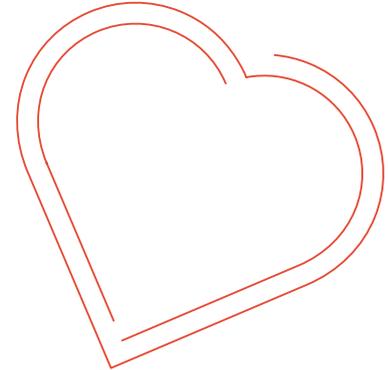
Veranstaltungen werden immer besser, wenn in den verschiedenen Bereichen

Fachpersonal mitwirkt. Deswegen setzen wir in allen Bereichen des Projektes auf die Zusammenarbeit mit Profis. Wir sehen unsere eigene Kompetenz in der Gesamtkonzeption und haben keine Scham, Bereiche außerhalb unserer Kompetenzen an Personen und Firmen abzugeben, die sich darauf spezialisiert haben.

Für den Erfolg der Umsetzung von WORT: SCHÖPFUNG war die Zusammenarbeit mit der professionellen Slamszene durch die Verbindungen von Johannes Elster, langjähriger Moderator und Organisator von Slams in Süddeutschland, entscheidend. Die Expertise über den Aufbau und die Durchführung einer gelungenen Veranstaltung war unersetzbar. Durch die enge Zusammenarbeit mit Expert*innen vor Ort und den örtlichen Szenen konnten auch Fallstricke wie z.B. Terminkollisionen mit anderen Veranstaltungen verhindert werden.

Um unserem Defizit bei der visuellen Sprache entgegenzuwirken, haben wir von Beginn an mit der Grafikerin Carolin Lutz zusammengearbeitet. Diese erstellte für unser Projekt ein Cooperate Design.

Das Cooperate Design hat unsere Kommunikation an vielen Stellen stark erleichtert. Die Veranstaltungsplakate und Homepage konnten in einer einheitlichen Optik produziert werden und die, später noch häufig verwendeten Visuals, verwiesen in ihrer Bildsprache eindeutig auf das Projekt.



DIE JURY



Georg Austen



Janine Knoop-Bauer



Michael Wirbitzky



Johanna Vering



Nils Max



Peter Birkhofer

WIR WAGEN UNBEKANNTES

Der Wettbewerb stellte uns und unsere Einstellung vor eine ganz eigene

Herausforderung. Während wir für die Veranstaltungen gute Spoken Word Artists buchten und für die Workshops gute Leitungen organisieren konnten, war das Ergebnis des Wettbewerbes eine Blackbox.

Wir konnten im Vorfeld nicht abschätzen, wie die Qualität der Einreichungen ausfällt und haben uns deswegen dazu entschieden, bei unserer Abschlussveranstaltung zusätzlich zu den potentiellen Gewinner*innen auch ein reguläres Line-Up aufzustellen.

Um die Qualität der Beiträge positiv zu beeinflussen, haben wir zum einen mit 10 x 300 € ein angemessenes Preisgeld ausgeschrieben und zum anderen die Jury bewusst auch mit nichtkirchlichen Mitgliedern besetzt.

Beides wurde in der Auswertung positiv erwähnt. Die eingereichten Beiträge haben uns und die Jury in der Qualität positiv überrascht. Die Rückmeldungen der Besucher*innen der Abschlussveranstaltung haben mehrmals darauf hingewiesen, dass sie lieber mehr Wettbewerbsbeiträge gehört hätten. Hier hätten wir mutiger sein können.

NACHWIRKUNGEN VON WORT:SCHÖPFUNG

- >> *Best of* auf der Bundesgartenschau in Heilbronn am 1.6.19
- >> 40 Statements der Texte als Visuals für die sozialen Netzwerke
- >> Kooperation mit der Netzgemeinde da_zwischen als Fastenprojekt „40 Tage ohne Blabla“
- >> Idee und Kontakte für weitere Projekte: erster Poetry Slam für Gehörlose oder Projekt mit den „Stimmgebern“, die Menschen mit Behinderung eine kreative Schreibwerkstatt bieten
- >> Mehrere Vermittlungen von Spoken Word Artists für unterschiedliche kirchliche Veranstaltungen

VERKÜNDIGUNG VOM KOPF AUF DIE FÜSSE GESTELLT.

STEP 3 > CHECK

„Das war ein Projekt, von dem ich mich komplett angesprochen und abgeholt gefühlt habe - DANKE dafür!“

- Besucherin (29)

„Zu Beginn, also beim ersten Text mit klanglicher Begleitung saß ich so gerührt in dieser Kirchenbank, wie schon lange nicht mehr. Ich war richtig glücklich.“

- Besucherin (21)

WIR ERREICHEN JUNGE ERWACHSENE

Wir haben es in allen Bereichen des Projektes geschafft, die angestrebte Zielgruppe der Jungen

Erwachsenen (18 - 35 Jahre) mehrheitlich zu erreichen. 70,74 % aller erfassten Teilnehmer*innen sind in der Altersgruppe 18 - 35 Jahre.

Auffällig sind zwei Beobachtungen. Es zeigt sich, dass in den Slamveranstaltungen allgemein wahrscheinlich mehr Junge Erwachsene und Jugendliche erreicht worden sind als im Abschlussevent in Freiburg. Dies liegt wahrscheinlich daran, dass bei dem Abschlussevent viele aus der binnenkirchlichen Zielgruppe teilgenommen haben.

Die zweite Beobachtung ist, dass Formate, die sich aktiv mit dem Schreiben befassen, mehr unter 18 jährige erreicht haben als andere Teile des Projektes.

Die aktive Auseinandersetzung scheint gerade für jüngere Zielgruppen attraktiv. Unsere Erfahrung zeigt, dass für unter 16 jährige das Format Poetry Slam uninteressant ist.

Mit Blick auf die Geschlechterverteilung zeigt sich, dass, die für kirchliche Angebote eher schwer zu erreichende männliche Zielgruppe vergleichsweise viel erreicht worden ist. Auch wurde in jeder Veranstaltung, außer den Workshops, mindestens eine Person im Fragebogen erfasst, die sich selbst als divers bezeichnet.

Es ist festzuhalten, dass wir mit unserem Projekt Raum für Junge Erwachsene geschaffen haben. Wir können damit zeigen, dass es an der Art und Qualität des Angebotes, nicht am Desinteresse der Jungen Erwachsenen liegt, wenn sie ansonsten kirchlichen Angeboten fernbleiben.

Abb. 1: Gesamtverteilung der durch die Fragebögen erfassten Geschlechter.

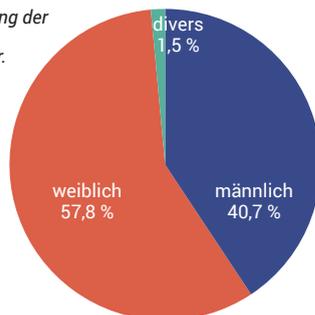
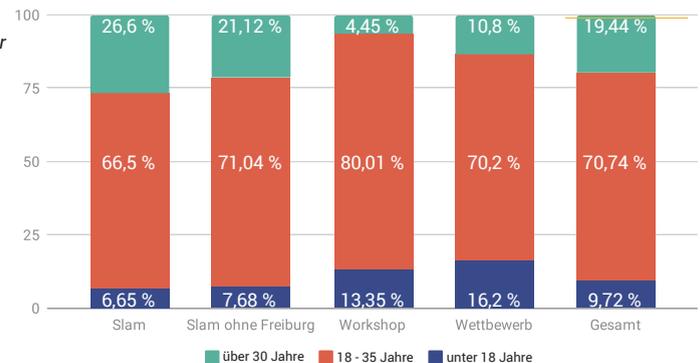


Abb. 2: Durch Fragebögen erfasste Altersstruktur der Veranstaltungen.



WIR BIETEN RAUM FÜR UNGEHÖRTE WORTE

Die Auswertung der Umfrage bei den Wettbewerbsteilnehmenden zeigt, dass sich

bei diesen 73,8 % als tendenziell sehr spirituell einschätzen und bei 64,2 % der christliche Glaube eine große bis sehr große Bedeutung hat. Die meisten Teilnehmenden haben eine tägliche Gebetspraxis (45 % ein- oder mehrmals täglich) und beschäftigen sich regelmäßig mit Themen von Glauben und Spiritualität (43 % ein- oder mehrmals täglich).

Obwohl die spirituelle Selbsteinschätzung genauso wie die tägliche Beschäftigung mit den Themen von Glauben und Spiritualität sowie eine tägliche Gebetspraxis deutlich höher liegt als die anderen erfassten Umfrageteilnehmer*innen, sind diese jedoch weniger oft im Gottesdienst. So geben 70% der Besucher*innen an, mindestens zwei bis drei mal im Monat einen Gottesdienst zu besuchen. Bei den Wettbewerbsteilnehmer*innen dagegen sind es nur 52 %. Dies könnte – zusammen mit der geringen religiösen Selbsteinschätzung – ein Indiz dafür sein, dass bei den Wettbewerbsteilnehmenden vor allem kirchenferne, aber glaubensnahe Personen angesprochen worden sind.

Der Wettbewerb konnte damit Stimmen hörbar machen, die im normalen binnenkirchlichen Alltag wahrscheinlich nicht hörbar sind.

Abb. 3: Genutzte Wörter nach Häufigkeit in Größe sortiert.



Im Bezug auf die Wirkung und den Nutzen der Methode *Poetry Slam* für die Auseinandersetzung mit Themen des Glaubens, lässt sich bei den durch den Fragebogen erfassten Workshopsteilnehmenden eine interessante Beobachtung machen:

Obwohl nur 56,6 % angeben, dass der Workshop sie dazu gebracht hat, sich mit Lebens- und Glaubenthemen auseinandergesetzt zu haben, geben trotzdem 78,2 % an, dass der Workshop sie dabei ermutigt hat, Worte für das zu finden, was ihnen wichtig ist. 60,8 % geben an, dass sie der Workshop dazu befähigt hat, über Lebens- und Glaubenthemen zu sprechen. Diese Anzahl ist umso erstaunlicher, wenn man bedenkt, dass 91,3 % der Teilnehmenden angeben, sich bereits selbst mit diesen Themen auseinandergesetzt zu haben und 78 % in der Kirche aktiv sind.

Dies könnte ein Indiz dafür sein, dass die Art und Weise, wie sich Spoken Word Artist*innen im Schreiben ihrer Texte einem Thema nähern, auch Menschen, die sich schon mit diesen Themen beschäftigen, Möglichkeiten eröffnet, neue Worte für das zu finden, was ihnen wichtig ist.

WORT: SCHÖPFUNG hat es ermöglicht, dass ungehörte Worte einen Raum in der Kirche bekommen haben. Ungehört, weil die Personen kaum innerhalb der Kirche verteten sind, und unerhört, weil der Zugang über Slampoetry nochmal neue Worte für das findet, was Menschen persönlich wichtig ist.

Alles war freiwillig, man wurde z.B. nicht dazu gezwungen, den eigenen Text vorzulesen.

Workshop-Teilnehmer*in zu „Das hat mir gut gefallen“

WIR SIND NETZWERKER *INNEN

WORT:SCHÖPFUNG hat uns gezeigt, wie stark wir als Kirche in Netzwerken sind. Dies gilt nicht nur intern, sondern auch im

Kontakt mit nicht-kirchlichen Kooperationspartner*innen.

Wir haben in unserer Planung und Umsetzung großen Wert auf die produktive Zusammenarbeit zwischen der diözesanen und lokalen Ebene gelegt. Dies scheint uns gelungen zu sein. Alle Kooperationspartner*innen melden uns zurück, dass sie die Zusammenarbeit von diözesaner Ebene und den örtlichen Kooperationspartnern als Bereicherung erlebt haben. Ein wichtiger Bestandteil war dabei die Partizipation der Kooperationspartner*innen vor Ort sowie die Möglichkeit, dass sie die Veranstaltung an ihre Gegebenheiten anpassen konnten.

Grund für den Einstieg in das Projekt war für die meisten Kooperationspartner*innen die Grundidee eines „niveauvollen und neuartigen Projektes, dem eine Sehnsucht zu Grunde liegt, Glaube, Liebe und Hoffnung als lebensrelevante Bausteine in der Welt von heute ins Gespräch zu bringen.“ (Rückmeldung eines Kooperationspartners)

Wir haben mit WORT:SCHÖPFUNG nicht nur zeigen können, dass es sich lohnt, das kirchliche Netzwerk zu nutzen, sondern auch, dass dieses Netzwerk Anknüpfungspunkte über den kirchlichen Binnenraum hinaus bietet.

DIE GEWINNER*INNEN DES WETTBEWERBS





Ich habe oft Angst,
aber oft
hab ich auch keine
// und mutig
bin ich immer.

ANNA TEUFEL

WORT
SCHÖPFUNG
POETRY SLAM



Gestern
schrieb ich
meine Zukunft.
Heute macht
sie endlich
Sinn.

ARTEM
ZOLOTAROV

FOTO: MAX SCHMIDT

WORT
SCHÖPFUNG
POETRY SLAM



Und jedes Mal,
wenn sie wieder
ihre Traumwelt
beleben darf, wird ihr
mehr und mehr klar,
dass diese Traumwelt
sie macht,
zu dem Menschen
der sie ist,
der sie sein soll,
aber nicht so
sein darf.

CELINA
SPANIER

WORT
SCHÖPFUNG
POETRY SLAM



Was du
Liebe nennst,
will ich
gar nicht
von dir haben.

ELISABETH
SCHWACHULLA

WORT
SCHÖPFUNG
POETRY SLAM



Denn fragtest du mich,
wäre Glaube ein Schiff,
wild schwankend
im Perspektivenmeer.
Und ich, ich fahr
mal antwortend,
suchend,
mal Anker auswerfend,
mal ziellos-verwirrt,
und vor allem
fragend umher.

JASMIN
BRÜCKNER

WORT
SCHÖPFUNG
POETRY SLAM



Denn dass du
einer von den
guten Jungs bist,
ist nichts,
was einer einzigen
Person jemals nützt,
wenn du es nur
im Verborgenen
bist.

LAURA
GOMMEL

WORT
SCHÖPFUNG
POETRY SLAM



Denn schlussendlich
geht's drum, dass wir
Leuchtpixel heißen,
die isoliert
kein Bild aufweisen,
Effekt haben sie
allein gar keinen,
weil sie nur
zusammen scheinen.

LEAH
WEIGAND

WORT
SCHÖPFUNG
POETRY SLAM



ER erschuf den
Geruch von Holz
im Dickicht
und das Gefühl
von warmer Erde
nach einem
Sommerregen.
Und ER sah,
dass es
gut war.

MICHA
KUNZE

WORT
SCHÖPFUNG
POETRY SLAM



Und wenn alles
geschafft ist,
ganz am Ende,
dann leg ich es
in größere
Hände.

NATASCHA
BIENERT

WORT
SCHÖPFUNG
POETRY SLAM

AUCH MORGEN ÜBER GLAUBEN SPRECHEN.

STEP 4 > ACT

Am Ende von unserem Projekt möchten wir zwei Gedanken für zukünftige Projekte mitgeben.

SPOKEN WORD FÜR HOLY THINGS

Die Kunstform des Spoken Word insbesondere der Poetry Slam als Format, hilft beim Ringen nach Worten für das, was

Menschen persönlich und der Kirche als Institution gut und wertvoll ist.

Gerade im Vergleich zu etablierten kirchlichen Formaten zur Kommunikation der Themen des Evangeliums (u.a. Predigt und Katechese), zeigt sich die Stärke von Spoken Words, die es schaffen mit einer Lebendigkeit und Intimität über Herzensthemen zu sprechen, die berührt und nahe geht.

Wenn Kirche es mit professioneller Verkündigung im Wort ernst meint, muss sie dies als Maßstab für das eigene Sprechen über Glaube, Liebe und Hoffnung nehmen.

Dabei ist es nicht nur die Sprache, die Poetry Slams für die Verkündigung wertvoll macht, sondern auch die Haltung gegenüber den vortragenden Poet*innen. Obwohl diese in einem Wettkampf zueinander stehen, gilt für jeden

Ich finde es ein gutes Format, um sich mit Glaubensfragen zu beschäftigen und die [...] Beschäftigung [...] aus den Kirchen herauszutragen.

- Besucher (32)

Auftritt der Grundsatz *respect the poet*. Allein die Tatsache, dass eine Person ihren Text vorträgt, ist Grund genug, dieser Person Gehör zu schenken.

Dabei weiß der*die Poet*in, um den Respekt der Zuschauenden und diese um den Vertrauensvorschuss des Publikums. Dieses gemeinsame

Beziehungsgeschehen bildet die Grundlage, damit der Vortrag intim sein kann.

Wenn junge Menschen sich nicht fremdschämen müssen und das Gefühl haben ernstgenommen zu sein, können sie ehrlich über ihren Glauben sprechen. Dafür braucht es die kommunizierte Haltung auf Seiten der kirchlichen Akteur*innen, dass jede Person etwas über Glauben zu sagen hat: ein *respect the faith*.

Es lohnt sich auch nach anderen Methoden und Formaten Ausschau zu halten, um immer wieder neue Wege zu entdecken, die dabei helfen, Rede und Antwort zu stehen, wenn es um die Hoffnung geht, die uns erfüllt.

Die Welt hat nicht den Glauben verloren, sondern wir haben verlernt, ihm Raum zu geben.

FORMATE ÜBER KONZEPTE

Die Konzeption von anspruchsvollen Veranstaltungen im Allgemeinen und innovativen Formaten im Speziellen bedarf vieler Ressourcen

und einer ausgiebigen Planungsphase. Meist scheitern Projekte nicht an fehlendem Engagement, sondern an zu engem Zeitkorsett und mangelnden Ressourcen. Zusätzlich werden von einer höheren Ebene erstellte Projekte oft als Belastung vor Ort wahrgenommen, da sie als Fremdkörper nicht die lokalen Gegebenheiten beachten.

Das Projekt WORT:SCHÖPFUNG hat uns gezeigt, dass pastorale Formate statt Konzepte und fertiger Projekte die Umsetzung vor Ort erleichtern.

Ein Format bietet

Wiedererkennungswert durch gleichbleibende Abläufe und Erscheinungsbild, bietet aber die Freiheit auf lokale Gegebenheiten des Umsetzungsortes einzugehen.

Statt fertige Slams von unserer Stelle aus zu organisieren, haben wir bewusst Kooperationspartner*innen in der Fläche gesucht. Wir konnten durch Moderation, Lineup, Design,

Werbemittel und Ablauf einen Rahmen schaffen, den wir zusammen mit den Kooperationspartner*innen an die lokalen Gegebenheiten angepasst haben.

Durch die Kompetenzteilung von Erzbischöflichem Seelsorgeamt und engagierte Mitarbeitenden vor Ort, konnten wir im Hinblick auf die aufzubringenden Ressourcen ein gutes Ergebnis erzielen.

Dass das Erzbistum in Vorleistung gegangen ist.

Dass wir am Projekt beteiligt waren und gleichzeitig ein Format abrufen konnten, das wir nicht grundständig entwickeln mussten.

- Kooperationspartner*in zu „Das hat mir im Zuge des Projektes WORT:SCHÖPFUNG besonders gefallen“

So war sichergestellt, dass die Veranstaltung einen hohen Qualitätsstandard behält ohne dabei als Fremdkörper vor Ort zu gelten.

Durch die einheitliche Konzeption des Formates, war es möglich, hochwertige Veranstaltungen an unterschiedlichen Orten in überschaubarer Zeit und mit geringem Budget umzusetzen. Die bestehenden Strukturen können für weitere WORT:SCHÖPFUNGS Events genutzt werden. Die Nutzung von Formaten denkt die Bildung und Bindung von Marken mit. So

wäre es denkbar, in Zukunft WORT:SCHÖPFUNG als eigenständiges Format für Glaubensverkündigung zu etablieren, das von Mitarbeitenden für die Umsetzung abgerufen werden kann.

Formate wachsen immer dann über sich selbst hinaus, wenn sie nicht zu eng geschnürt sind und von Menschen mit Mut und Herzlichkeit belebt werden: So waren wir überrascht, wie viele Workshopeteilnehmende ihre in einer Stunde geschriebenen Texte auf der Bühne vor vielen Menschen

präsentierten. Von einer 12-jährigen bis zu einem Menschen mit Fluchthintergrund. Auch die Überraschung der hohen Qualität der Beiträge des offenen Wettbewerbs hat unsere eigene, absichernde Planung in den Schatten gestellt.

EIN PAAR DINGE FÜR DAS PRAKTISCHE.

SELBST AKTIV
WERDEN >>>

FRAGEN & ANTWORTEN

WO GIBT ES SCHON ÜBERALL EINE POETRY SLAM SZENE?

Vereinfacht gesagt in allen großen Städten ab 10000 Einwohnern ganz sicher. Aber auch in ländlichen Orten breitet sich die Kunstform wie ein Lauffeuer aus. In Baden findest du auf jeden Fall an folgenden Orten Menschen, die Slams organisieren und bespielen: Karlsruhe, Offenburg, Konstanz, Freiburg, Mannheim, Heidelberg, Villingen-Schwenningen, Lörrach, Basel, Singen.

WELCHE ALTERSGRUPPE STEHT AUF POETRY SLAM?

Altersgruppe: Poetry Slam ist vorwiegend kein Format für Jugendliche unter 16 Jahren. Dies wird gerne missverstanden. Zwar lassen sich z.B. in der Firmvorbereitung sicher einige Jugendliche über einen gut gemachten Workshop zum Schreiben begeistern, jedoch ist das nicht für die Mehrheit so (Workshops fallen gerne aus, wenn die Zielgruppe zu jung ist). Die ideale Altersgruppe bewegt sich zwischen 19 – 30 Jahren (Studierende, bildungsnaher Milieus). Ökumenisch ist Pflicht. Kreativität und Heiliger Geist kennen keine Konfessionsschranken.

WIE BEKOMME ICH KONTAKT ZU SPOKEN WORD ARTIST?

Wenn du einen Themenslam organisierst, d.h. mit einer „thematischen Überschrift“ für die ganze Veranstaltung, dann gibt es mehrere Möglichkeiten:

1. Suche auf Plattformen wie youtube oder über Suchmaschinen.
2. Nachfrage in der Gruppe „Slam Poets“ auf Facebook. In dieser Gruppe versammeln sich sehr viele Poet*innen unterschiedlicher Qualität
3. Nutze die Expertise der Moderator*innen und Slam-Master*innen, die bei dir vor Ort Slams moderieren und/oder veranstalten. Sie kennen viele Texte und viele Menschen, die in dein Setting reinpassen. Gleichzeitig knüpfst du dabei Kontakt über den kirchlichen Binnenraum hinaus. Gerne kannst du natürlich auch uns fragen.

WAS IST EINE OFFENE BÜHNE UND WIE KANN MAN SIE ANBIETEN?

Das „Open Stage“ Prinzip ist ein reizvolles Format, dass die Freude an Spontaneität, Überraschung, Kontrollverlust und Risiko vereint. Wenn du ein solches Format planst, bei dem viele Menschen beteiligt werden sollen, versuche einige Leute in der Hinterhand zu haben, die sich darauf einlassen, damit die Bühne nicht leer bleibt. Günstig ist es, wenn du das Event mit einem Workshop verbindest, an dem Menschen sich „warmschreiben“ und „warmsprechen“ können. Im Normalfall bietet ein Poetry Slam immer auch die Möglichkeit, sich in eine offene Liste einzutragen. Die offenen Plätze kannst du selbst festlegen. Wenn du Wert auf eine bestimmte „Qualitätssicherung“ legst, dann sollten die offenen Plätze nicht mehr als ein Drittel der gesamten Plätze ausfüllen.

CHECKLISTE FÜR GUTE WERBUNG

Es gibt viele Kanäle zum Bewerben von Veranstaltungen. In dieser kleinen Checkliste, haben wir die aufgezählt, die für uns am Besten funktioniert haben. Allgemein gilt: Die besten Ideen für Werbung haben die Menschen, die auch zur Veranstaltung kommen sollen.

- Lokale Printmedien, Zeitungen
- Webseiten der Kirchengemeinden
- Kulturelle, kommunale Veranstaltungskalender (z.B. Tourismusverbände oder Magazine der betreffenden Altersgruppe, Kulturreiseführer der Stadt, usw.)
- kulturelle Player und Netzwerke (Onlinemagazine, Gruppen auf Facebook, Subkultur)
- Social Media Kanäle (Facebook Veranstaltung, Instagram – macht nur mit einem aktiven, „gepflegten“ Account Sinn, usw.)
- Plakatierung kommunaler Räume, Kneipen und Geschäfte und kirchliche Orte (Kulturreiseführer hat für kulturelle Angebote oft besondere Möglichkeiten)
- eigene Gruppen über Newsletter, WhatsApp / Threema-Gruppen informieren (wie es bei dir üblich ist)
- regionales TV
- regionale Radiosender (auch über die Pressestelle des Erzbistums Kontaktmöglichkeiten)
- Pfarrbriefe, kirchliche Kanäle über Newsletter, Gruppierungen, ...

TL;DR:

Es gibt eine Pluralität von verschiedenen Glaubenspositionen und -typen und wir tun gut daran, diese wahrzunehmen und ihnen auch Räume zu öffnen.

Floskelhafte Sprache ist eine angstbesetzte Sprache.

Um über Glauben zu reden, braucht es eine offene Haltung gegenüber den Gläubigen und den Geschichten, die diese zu erzählen haben, sowie die Bereitschaft, diesen eine Plattform zu geben.

Der Glaube ist schon da. Wir dürfen Gott vertrauen.

Jeder Ort ist eigenständig. Nutze das.

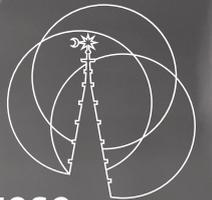
Es gibt nicht nur ein Format, um mit Menschen über das ins Gespräch zu kommen, was sie trägt und bewegt. Finde neue Formate und probier sie aus.

Traue anderen immer mehr zu als sie sich selbst.

Bringe Welten zusammen, die scheinbar nicht zusammenpassen.

Sei mutiger als deine Bedenken.

RAUM FÜR EIGENE NOTIZEN



Erzdiözese
Freiburg