

## **Evaluation der beim letzten Landesstellenplan in den Dekanaten eingerichteten Altenheimseelsorgestellen/-anteile im Kirchenkreis München.**

Zusammenstellung der wichtigsten Ergebnisse (Kurzauswertung)

Die zentrale Forschungsfrage der Evaluation lautete: Bringt es dem Dekanat/ der ELKB einen Mehrwert, wenn es gezielt Personal für die Altenheimseelsorge einsetzt?

### **1 Erweiterung des Angebotes in der ‚normalen‘ Seelsorge**

Wenn die Stellen nur im Stellenplan auftauchen und nicht mit einem gezielten Auftrag versehen werden, bleiben die zusätzlichen Stellen ‚normale‘ Gemeindestellen. Das gilt sowohl für kleinste Stellenanteile (z.B. DB Freising) als auch für größere Stellenanteile (z.B. PD München West/ Ost). Die Stelleninhaber\*innen unterstützen so engagierte Gemeindepfarrer und bieten in den Einrichtungen zusätzliche Gottesdienste und Aussegnungen an. Das gilt z.B. auch dann, wenn einer Person (z.B. als Dekanatsbeauftragtem) mehrere Heime zugewiesen werden.

Für eine konzeptionelle Weiterentwicklung fehlen hier allerdings die notwendigen Ressourcen. Dies gilt besonders dann, wenn den Stelleninhaber\*innen zu viele Aufgaben in der ‚normalen‘ Seelsorge oder zu viele Altenheime zugordnet werden (z.B. PD München Süd). Dann kann auch durch zusätzliche Wochenstunden nicht viel mehr angeboten werden als eine quantitative Ausweitung von Gottesdiensten und Aussegnungen.

### **2 Altenheimseelsorgestellen können auch einen konzeptionellen Mehrwert bringen**

Die Angaben in den Fragebögen zeigen jedoch deutlich auf, dass mit der Einrichtung der Stellen ein konzeptioneller Mehrwert und eine qualitative Weiterentwicklung der Angebote Altenheimseelsorge im Dekanat/ in der ELKB erreicht werden kann.

### **3 Woran erkennt man „Mehrwert“?**

Der erzielbare Mehrwert kann vier Bereichen zugeordnet werden.

#### **3.1 Mehrwert „mehr Menschen erreichen“**

Kontakte mit nichtkirchlichen Anbietern im Feld, existentiell betroffenen Gruppen - Angehörige, Mitarbeitende in APHs - entstehen nur, wenn das zugewiesene Stellenkontingent mit einem entsprechenden seelsorgerlichen oder konzeptionellen Auftrag verbunden ist.

Beispiele: Durch die Aufstockung der Seelsorgestunden im DB Fürstenfeldbruck konnten die Stelleninhaberinnen selber sehr viel mehr Menschen besuchen und intensiv begleiten als dies von

---

<sup>1</sup> Die Auswertung erfolgte mit Unterstützung durch Pfarrerin Edith Öxler, Beauftragte Altenheimseelsorge München DB

Gemeindepfarrerinnen geleistet werden kann. Darüber hinaus konnten gezielt Besuchskreise etabliert und begleitet und somit die Anzahl der besuchten Menschen noch einmal erhöht werden. Dasselbe Modell hat auch PD München Südost. Folgerichtig konnten hier wesentlich mehr Menschen und Mitarbeitende begleitet werden als in den anderen Prodekanaten. Dabei geht es nicht nur um die Anzahl der Besuchten, sondern auch um die Qualität der Zuwendung.

Auch Angebote für Mitarbeitende und Angehörige wie ethische Fallbesprechung, (Team-)begleitung in Krisensituationen, Präsenz in SAPV-Teams werden als entlastend und hilfreich erlebt. DB Traunstein hat für diese besondere Arbeit Stellenanteile vorgesehen.

### **3.2 Mehrwert „Attraktive kirchliche Bildungsangebote“**

Spiritualität, Trauer, Sterbebegleitung – hier wird Kirche als kompetenter Anbieter wahrgenommen. Allerdings müssen die Stelleninhaber die Gelegenheit erhalten, dieses Wissen zu erwerben und weiterzugeben. Auch dafür ist ein entsprechender konzeptioneller oder bildungspolitischer Auftrag nötig. Sonst wird es auch bei vorhandenen Kompetenzen nicht gemacht.

Beispiel: Im DB Traunstein wurde im Auftrag ein Schwerpunkt „Fortbildungen“ gesetzt und dementsprechend verhältnismäßig viele spezifische Angebote rund ums Sterben und Kommunikation mit Sterbenden angeboten.

### **3.3 Mehrwert „Öffentliche Wahrnehmung“**

Viele Studien bestätigen, dass kirchliches Engagement für alte Menschen ein sehr hohes Ansehen genießt und (auch von Nichtchristen) sehr geschätzt wird. Deshalb wird diese Arbeit in Einrichtungen und darüber hinaus aufmerksam wahrgenommen. Demensprechend ist die Medienpräsenz in diesem Arbeitsfeld sehr hoch.

Beispiel: Kirchliche Arbeit taucht auch indirekt in Radio- und Fernsehberichten über Pflege, Alter, Demenz etc. auf, da oft die Seelsorger als Interviewpartner gewünscht sind. In diesem Feld muss Kirche sich gar nicht bemühen, für sich zu werben. Die Arbeit spricht für sich.

### **3.4 Mehrwert „eingeworbene Drittmittel/Spenden“**

Ein interessanter Aspekt, der sich aus dieser erhöhten medialen Präsenz ergeben kann, ist die Einwerbung von Drittmitteln bzw. Spenden. Dass in einem der Dekanate eine bedeutsame Spende eingeworben konnte, ist darauf zurückzuführen, dass die Stelleninhaber\*in über qualifizierten Auftrag zur Durchführung der Altenheimseelsorge und einen dafür zielführenden Gestaltungsfreiraum verfügte.

Beispiele: Im PD Nord wurde aufgrund der seelsorgerlichen Betreuung der Gemeinde ein sechsstelliger Betrag vermacht. Im DB Weilheim kooperiert ein Stelleninhaber sehr viel mit Kommune und Sozialamt und kann so regelmäßig Drittmittel für seine Projekte einwerben. Den Gewinn einer qualitativ hochwertigen Seelsorge schätzen im DB München Einrichtungen und Stiftungen, sodass jährlich über 20.000€ Drittmittel für „Seelsorge“ und darüber hinaus üppige Zuwendungen für Sonderprojekte eingeworben werden können.

## 4 Voraussetzungen für eine erfolgreiche Umsetzung und das Erzielen von Mehrwert

### 4.1 Klare Ziele

Wenn ein DB im Vorfeld überprüft, was in diesem DB gebraucht wird (Seelsorge? Vernetzung? Fortbildung? Schulung für Gemeinden? Konzepte für flächendeckende AHS?), und dementsprechend ein eindeutiges Stellenprofil erstellt, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass die Stelleninhaberin dieses Ziel umsetzt.

Beispiele: DB München hat bei der Besetzung der 0,5%-Dekanatsstelle das Ziel „Entwicklung und Durchführung eines AHS-Konzepts“ formuliert. Dieses Ziel wurde umgesetzt. Mittlerweile haben knapp die Hälfte aller 90 Münchner Altenpflegeeinrichtungen einen evangelischen Seelsorger (PD-Beauftragte) oder einen Seelsorgebegleiter, der regelmäßig und verbindlich kommt – und der in den Einrichtungen auch wahrgenommen und geschätzt wird.

Ein anderes vorgegebenes Ziel war es, einen Begleitdienst für Senioren zum Friedhof aufzubauen. Mittlerweile haben 20 alte, gehbehinderte Menschen im Monat die Gelegenheit, ihr Familiengrab zusammen mit einem ehrenamtlichen Begleiter zu besuchen. Dieses Projekt weist zugleich für die Evangelische Stiftung „Wort und Tat“ im Dekanatsbezirk hin.

### 4.2 Definition von Schwerpunkten

Gießenkannenförmig ausgeschüttete Stellenanteile (auch 0,5%-Stellen ohne Zielvorgabe) werden auf der mittleren Ebene sowieso umdefiniert und bringen keinen qualitativen Mehrwert.

Stelleninhaber\*innen, denen mehrere Aufträge gleichzeitig aufgebürdet werden - am besten nicht schriftlich und möglichst ungenau-, zeigen sich erschöpft, wenig motiviert und weisen keine nennenswerten Zahlen vor. Das heißt: ein abgegrenzter und klarer Auftrag bringt einen größeren Mehrwert. Effektiv sind „Spezialisierungen“ (Offene Altenarbeit, Konzept, Seelsorge...) – dies macht sich z.B. an eingeworbenen Drittmitteln bemerkbar, aber auch an anderen Zahlen.

Beispiel: DB Fürstenfeldbruck hat einen Schwerpunkt „Seelsorge“, was auch an den Zahlen erkennbar ist. Dafür werden nur kleine Fortbildungen für die Teams vor Ort angeboten. Da im Nachbardekanat München sehr viel Fortbildung angeboten wird, vermisst niemand etwas.

Ähnliches gilt für den DB München selber: Die PD-Beauftragten sind vor allem in der Seelsorge vor Ort tätig, während alle Schulungen von der Dekanatsstelle in Kooperation mit dem Bildungswerk zentral angeboten werden.

### 4.3 Kooperation

Einbindung in Kirchengemeinden, regionale Vernetzungen, Zusammenschlüsse für Fortbildungen und Zusammenarbeit mit nichtkirchlichen Anbietern schaffen ein Netzwerk, das Synergien freisetzen kann – wenn zielorientiert vorgegangen und wenig Zeit in innerkirchliche Nabelschau investiert wird. Die Einbindung in Kirchengemeinden wird zu gleichen Teilen als hilfreich und belastend erlebt. Hier spielen auch klar gezogene Grenzen eine Rolle.

Beispiel: Im DB München wurde die Ausstellung „Menschen lieben. Gesichter und Geschichten aus der Pflege“ von Diakonie (IMM) und Dekanat (AHS) gemeinsam entwickelt. Diese Ausstellung setzt die Pflegenden in den Mittelpunkt und wurde bislang an 25 Orten in ganz Bayern gezeigt und von mehr als 20.000 Personen gesehen. Diese Ausstellung wurde vor allem an nichtkirchlichen Orten gezeigt (Münchner Hauptbahnhof, Bundesagentur für Arbeit, Bayrischer Landtag, Pflegefachschulen,

Pflegeeinrichtungen, Kommunen...) Dieses gemeinsame Projekt hat die Zusammenarbeit zwischen Diakonie und Dekanat nachhaltig gestärkt und dem Dekanat sehr viel gute Presse eingebracht.

#### **4.4 Ausstattung**

Je mehr die Stelleninhaber vom Dekanat unterstützt fühlen (Ausstattung, „ideelle Unterstützung“) desto engagierter und „erfolgreicher“ arbeiten sie.

Beispiel: Der DB München stellt der AHS ein angemessenes Budget zur Verfügung. Nur dank dieses Budgets lässt sich das entwickelte Konzept umsetzen.

#### **4.5 Schutz der Stellen**

Solange die ausgewiesenen Stellen unter Gemeindestellen gefasst werden und nicht ähnlich „geschützt“ werden wie Klinikseelsorge und Notfallseelsorge, werden sie zu einem beachtlichen Teil für Gemeindegarbeit verwendet. Da fast jede Gemeinde ein Altenheim hat, ist der landeskirchenamtlichen Vorgabe Genüge getan.

### **5 Fazit**

Die konzeptionellen Möglichkeiten der neu eingerichteten Stellen können nur ausgespielt werden, wenn die Dekanatsausschüsse Altenheimseelsorge/ Altenarbeit wirklich wollen und Dekane diese Stellen vor Zusatzaufgaben (z.B. Vakanzvertretungen) schützen. Dann allerdings kann Kirche mit diesen Stellen häufig existentiell herausgeforderten Menschen im APH-Bereich echte Begleitung anbieten und dies in beeindruckender Qualität.

E. Öxler, 10/2018