

„Ziele und Wege der Digitalisierung in der kirchlichen Verwaltung“

Wilken Kirchentagung, Ulm 20. Juni 2018

Prof. Dr. Thomas Suermann de Nocker

- **Offensichtlicher Merkmale einer Digitalisierung**
- Erläuterungen, Definitionen und Ausrichtungen
- Digitalisierung und die Ziele der Kirche
- Beitrag von Digitalisierungsprojekten



2005: Papstwahl von Benedikt XVI.

2013: Papstwahl von Franziskus I.

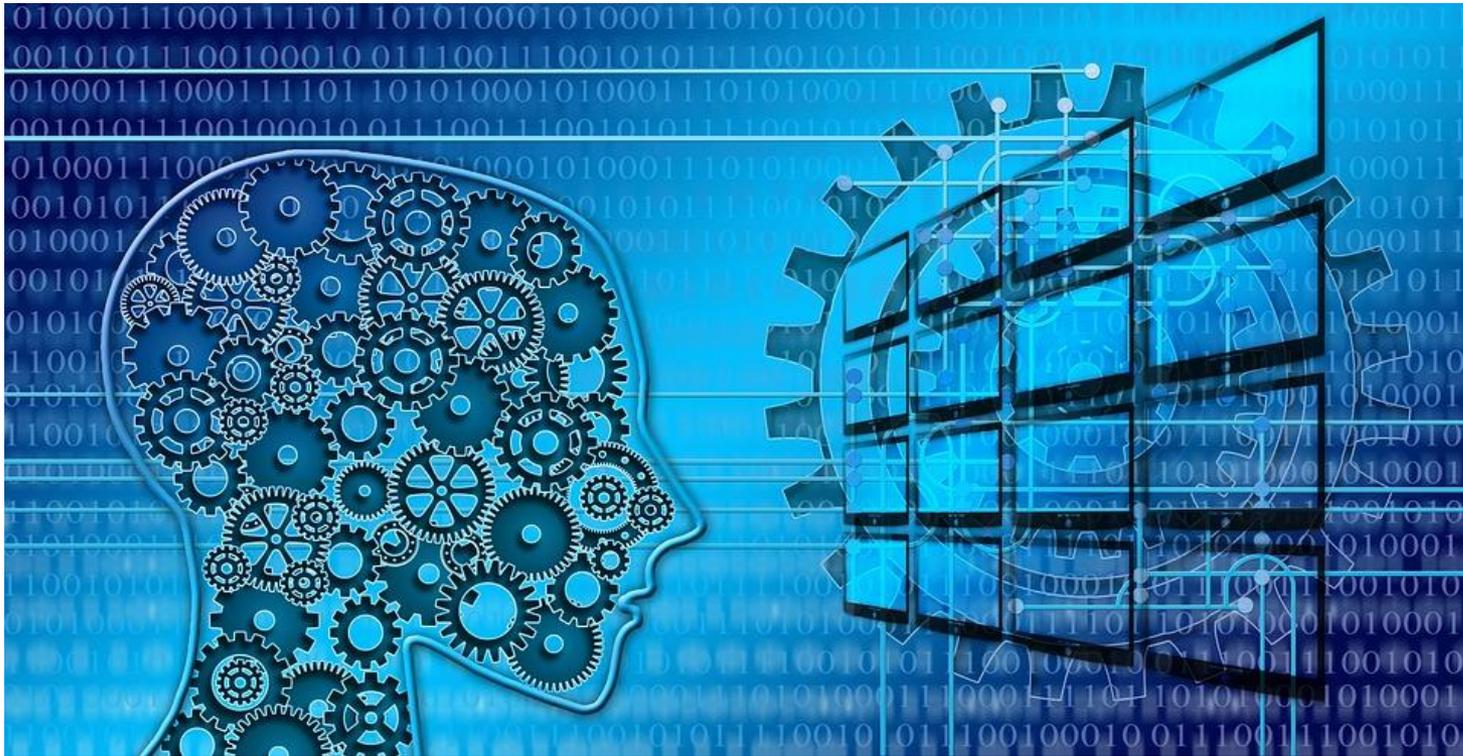


2005: Papstwahl von Benedikt XVI.

Aber: Präsenz in sozialen Medien als Zeichen der Digitalisierung?



“Digital isn’t just this added thing”



- Tiefgreifender Wandel
- Einfluss auf Prozesse, Organisationen und Strategien

- Offensichtlicher Merkmale einer Digitalisierung
- **Erläuterungen, Definitionen und Ausrichtungen**
- Digitalisierung und die Ziele der Kirche
- Beitrag von Digitalisierungsprojekten

Was heißt Digitalisierung eigentlich? (1/2)

„Der Begriff Digitalisierung bedeutet zunächst lediglich, dass

Ereignisse oder Objekte elektronisch erfasst und gespeichert

werden. Ausgehend von dieser Bestimmung dient das Prinzip

der Digitalisierung zum einen dazu, Eingaben zu vereinfachen,

zu antizipieren oder obsolet zu machen und zum anderen dazu,

Zugriffszeiten auf Daten zu verringern und Zugriffe

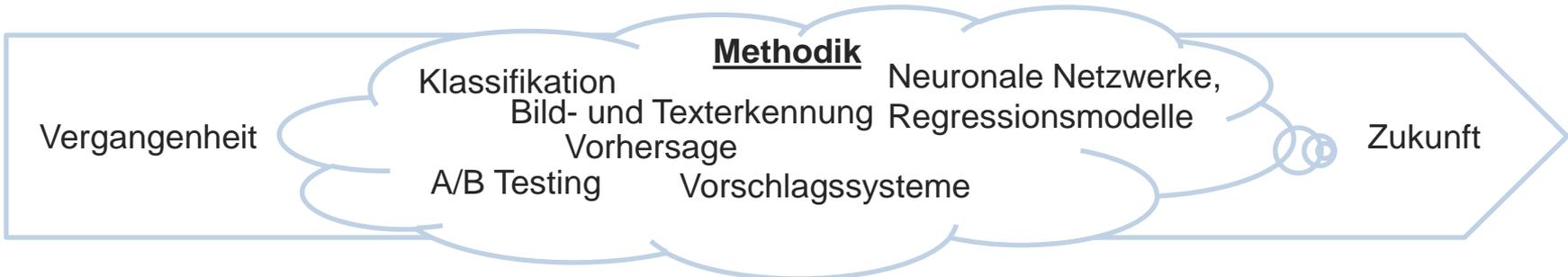
ortsunabhängig zu machen.“

Was heißt Digitalisierung eigentlich? (2/2)

„Digitalisierung bedeutet die Erstellung digitaler Repräsentationen von physischen Objekten, Ereignissen oder analogen Medien“



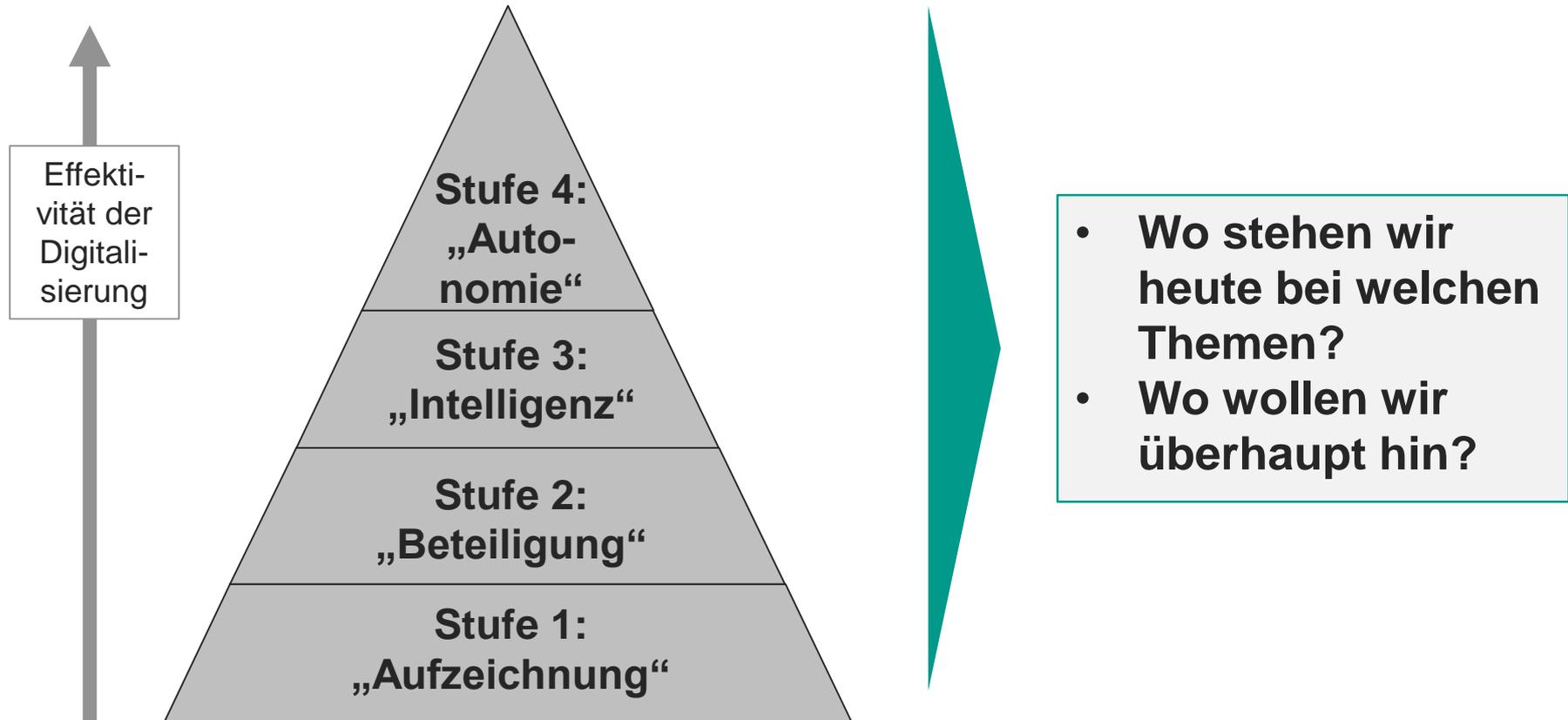
Interpretation



Ziel der Digitalisierung ist die Planung von Abläufen und die Vorhersage von Verhalten zur Maximierung des Wettbewerbsvorteils und damit des wirtschaftlichen Erfolgs.

vgl.: Suermann de Nocker, Thomas; Dreser, Christian: Wege zur digitalen Kirche – Begriffsauflösung, Einordnung und Projektvorgehen. KVI im Dialog (1 /2018)

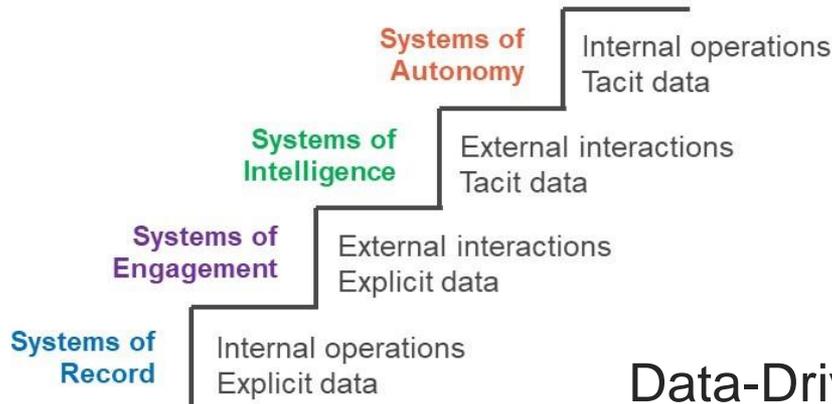
Reifegrade der Digitalisierung (1/2)



Nach Geoffrey Moore, vgl. Suermann de Nocker, Thomas; Dreser, Christian: Wege zur digitalen Kirche – Begriffsauflösung, Einordnung und Projektvorgehen. KVI im Dialog (1 /2018)

Reifegrade der Digitalisierung (2/2)

Digital Systems Maturity Model



Data-Driven Decision-Making

Data Sources	Decision Sources	Decision Style	Biggest Challenges	Work-around	Driver to evolve
<i>Systems of Record</i> <ul style="list-style-type: none"> Internal operations Explicit data 	Business Intelligence Reports & analyses	Qualitative Staff meetings QBRs	Single source of the truth, integrity and timeliness of the data	Default to <u>HiPPO</u>	Customer dissatisfaction and defection
<i>Systems of Engagement</i> <ul style="list-style-type: none"> External interactions Explicit data 	A/B Testing Customer surveys Call center logs	Qualitative X-Functional teams Weekly meetings	Integrating on <u>prem</u> data center systems with SaaS/cloud apps	Agile course correction	Scrap & rework
<i>Systems of Intelligence</i> <ul style="list-style-type: none"> External interactions Tacit data 	Machine learning applied to log files and data streams	Algorithmic Policy governed Periodic reviews	Privacy Scarce expertise Big data management	Regulation Consultants	Competitive threat
<i>Systems of Autonomy</i> <ul style="list-style-type: none"> Internal operations Tacit data 	Artificial Intelligence with sensors applied to actuators	Algorithmic AI governed Real-time reviews	Safety & liability Ethical standards	Restricted use cases	Productivity

vgl.: Moore, Geoffrey: DATA-DRIVEN DECISION MAKING - PART 1: A SINGLE SOURCE OF THE TRUTH? Online unter <https://iianalytics.com/research/data-driven-decision-making-part-1-a-single-source-of-the-truth>

Mit Digitalisierung werden zwei Ziele verbunden: Sparsamer und zielgerichteter Ressourceneinsatz

	Kirchliche Verwaltung	Pastorale Konzeption	Operative pastorale Arbeit
Ressourcen einsparen	Eine automatisierte Rechnungserfassung spart Personalaufwände in der Verwaltung	Die Einrichtung eines Wikis zum Wissensmanagement ist gegenüber herkömmlichen Formaten aufwandsärmer	Wenn die Mitglieder eines Seelsorgeteams einer Pfarrei digital vernetzte Kalender haben, sparen sie Zeit für aufwändige Terminabsprachen
Bedarfserfassung und Erweiterung der Zielgruppe	Die Kirchenzeitung des Bistums Essen stellt Ort und Zeit aller Weihnachtsgottesdienste im Bistum gebündelt online zusammen	Etliche Gemeinden nutzen die Verknüpfung von Geo-Daten und Sinus-Milieus, um ihre Pastoral nach der lokalen Situation auszurichten (Welche Leute wohnen wo bei uns?)	Die Krankenhaus-seelsorge im Marienhospital Gelsenkirchen bestimmt nach 5 Kriterien, welche Patienten den größten Gesprächsbedarf haben könnten und spricht diese gezielt an

vgl.: Suermann de Nocker, Thomas; Dreser, Christian: Wege zur digitalen Kirche – Begriffsauflösung, Einordnung und Projektvorgehen. KVI im Dialog (1 /2018)

- Offensichtlicher Merkmale einer Digitalisierung
- Erläuterungen, Definitionen und Ausrichtungen
- **Digitalisierung und die Ziele der Kirche**
- Beitrag von Digitalisierungsprojekten

Der Prozess der Digitalisierung berührt strategische Fragen in der Kirche

Digitalisierung ist ein steiniger Weg, der viele Ressourcen kostet

Geld, Zeit, Aufmerksamkeit etc.

Notwendige Abwägung beim Vorgehen

Wo lohnt sich ein Projekt am meisten?
Welche Prioritäten sind zu setzen?

Enge Verzahnung mit strategischer Ausrichtung

Digitalisierung dort, wo sie einen hohen Organisationsnutzen bei möglichst geringem Aufwand bedeutet

Aber: Welche kirchliche Institution hat eine klare Strategie?

„Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der katholischen Kirche erleben sehr deutlich den gesellschaftlichen Bedeutungsverlust der Kirche und den Zerfall ihrer inneren Strukturen. An sehr vielen Stellen sind sie davon betroffen, dass Menschen fehlen, die Bestehendes fortführen. **Darüber, ob und mit welcher Strategie diesem Erosionsprozess zu begegnen ist, herrscht tatsächlich wenig Einigkeit.**“

Dr. Norbert Köster, Generalvikar des Bistums Münster



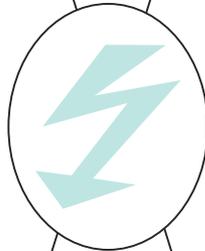
Generalvikar Dr. Köster diagnostiziert 4 Gründe, warum nicht mit klarer Strategie gearbeitet wird

„Dass es so nicht weiter gehen kann, ist allen klar, auch den Führungskräften. Dass es nur sehr wenig weiter nach vorn geht, hat m. E. vor allem vier Gründe, aus denen sich die notwendigen Maßnahmen ableiten“

- 1 Struktureller Grund**
Viele Führungskräfte – insbesondere Pfarrer - nehmen sich so wahr, dass Einbindung in große Veränderungsprozesse viel Kommunikation erfordert
- 2 Theologischer Grund**
Starke Aversion gegenüber strategischem Vorgehen, Ablehnung von Modellen aus der BWL, oft lediglich Verweis auf Heiligen Geist, dem Wirken anzuvertrauen sei
- 3 Kirchlicher Grund**
Mission und Evangelisierung gilt als verpönt, Überforderung und kein geklärtes Verständnis von evangelisierender Seelsorge
- 4 Personeller Grund**
Ganz unterschiedliche Strategien der Führungskräfte, mit fehlender Strategie umzugehen und persönliche Arbeit zu gestalten

Organisationsstrategie

- Keine strategisches Ziele für die IT ableitbar



Digitalisierungsstrategie

- Digitalisierung muss an Organisationsstrategie abgeleitet werden

Und nun?

- Will man eigentlich die Vorteile der Digitalisierung nutzen?
- Wie können trotzdem die richtigen Schritte richtig angegangen werden?



- Offensichtlicher Merkmale einer Digitalisierung
- Erläuterungen, Definitionen und Ausrichtungen
- Digitalisierung und die Ziele der Kirche
- **Beitrag von Digitalisierungsprojekten**

Wie kann Digitalisierung helfen, Strategien zu entwickeln und anzugehen?

1

Struktureller Grund

Viele Führungskräfte – insbesondere Pfarrer - nehmen sich so wahr, dass Einbindung in große Veränderungsprozesse viel Kommunikation erfordert

2

Theologischer Grund

Starke Aversion gegenüber strategischem Vorgehen, Ablehnung von Modellen aus der BWL, oft lediglich Verweis auf Heiligen Geist, dem Wirken anzuvertrauen sei

3

Kirchlicher Grund

Mission und Evangelisierung gilt als verpönt, Überforderung und kein geklärtes Verständnis von evangelisierender Seelsorge

4

Personeller Grund

Ganz unterschiedliche Strategien der Führungskräfte, mit fehlender Strategie umzugehen und persönliche Arbeit zu gestalten

Unterstützung durch Digitalisierungsprojekte

- Kommunikation fördern
- Vernetzung und Kollaboration befördern
- Transparenz erhöhen

- „Demut zeigen“

- „Kundenkenntnis verbessern“

- „Personalentwicklung“

Wie kann Digitalisierung “strategieunabhängig” einen unbestreitbaren Mehrwert liefern?

