

Detlev Reich

GOTTESDIENST HANDBUCH

Stilmittel, Strukturen und Modelle
für Gottesdienste am Puls der Zeit

Wie du dieses Buch gebrauchen kannst	10
Brainstorming	13
Einleitung Brainstorming	14
Storyboard	16
Kopfstandtechnik	18
Mind Mapping	20
635-Methode/Brainwriting Pool	22
Morphologischer Kasten	24
Disney-Methode	26
Denkhüte	28
Stilmittel	29
Einleitung Stilmittel	30
Plot Point	32
Cliffhanger	34
Der verbotene Ort	36
Bluffen und Täuschen	38
Überspitzung	40
Provokation	42
Verfremdung	44
Rätsel	46
Widerspruch konstruieren	48
Erste Ablehnung	50
Spannung durch Verzögerung	52
Fallhöhe verstärken	54
Clean Entrance & Exit	56
Imagetransfer	58

Sehen ist glauben	60
Brain-Scripts	62
Kreative Elemente	65
Einleitung kreative Elemente in einem Gottesdienst	66
Videoclips im Gottesdienst	68
Theaterstücke im Gottesdienst	70
Musik im Gottesdienst	72
Tanz im Gottesdienst	74
Interview in einem Gottesdienst	76
Programmreihenfolge	79
Einleitung Programmreihenfolge	80
Fokussierte Erzählweise	82
Chronologische Erzählweise	84
Umgekehrte Chronologie	86
Dialektik	88
Bedürfnisorientierte Erzählweise	90
Storydesign	92
Heldenreise (Kurzform)	94
Drei-Akte für eine Veranstaltung	96
Moderation	99
Einleitung Moderation	100
Gerade Moderation	102
Fokussierende Moderation	104
Aufziehende Moderation	106
Quereinsteiger	108

Analogie	110
Dreier-Schritt Moderation	112
Emotionen aufgreifen	114
Moderation nach der Predigt	116
Rede & Predigt	117
Einleitung Rede & Predigt	118
Fünf Elemente, um zu überzeugen	119
Grundlagen der Schlagfertigkeit	120
Visualisierung/Analogie	122
Schema des Redenverfassens	123
Fragen zur Vorbereitung	124
Einleitung Gliederungen	126
Klassische Predigt	127
5-Punkte-Formel	128
AIDA	129
Plus-Minus-Schema	130
GHM-Formel	131
1-2-3 Formel	132
Standpunktformel	133
Problemlösungsformel	134
Dialektischer Fünfsatz	135
Dankrede	136
Trauerrede	137
Diverses	139
Bestandteile eines Events	140
Goldenes Dreieck	142

Übergänge	144
Prozessablauf Gottesdienst	146
Feedback geben	149
Gezieltes Feedback	150
Feedback erhalten	151
Feedback-Modell	152
Anhang	155
Beispiel für Storydesign	156
Beispiel für Heldenreise (Kurzform)	157
Literaturverzeichnis	158

Für wen ist dieses Buch?

Dieses Buch ist für Menschen geschrieben, die einen Gottesdienste gestalten, vor anderen Leuten sprechen oder sich kreativ in einer Kirche einbringen.

Was du in diesem Buch findest

Dieses Buch zeigt verschiedene Strukturen, Abläufe und Ideen für einen Gottesdienst auf. Auch für andere Teams in einer Kirche können diese Themen eine Hilfestellung sein. Die Modelle und Methoden können deinem Arbeitsfeld neue Impulse und Ansätze bieten und diesen bereichern.

Wie du dieses Buch gebrauchst

Dieses Buch dient als Arbeitsbuch. So kannst du die verschiedenen Themen in deinen Arbeitsbereich hineinfließen lassen: nachschlagen, ergänzen, überarbeiten uvm. Es dient auch als Fortführung und als Arbeitsmaterial der bisher erschienenen Bücher: „Der Gottesdienst-Trainer“ und „Der Moderations-Trainer“.

Die Strukturen und Abläufe sollen eine Hilfestellung geben. Denn durch eine neue Betrachtungs- und Vorgehensweise können Begabungen entdeckt und neue kreative Elemente entwickelt werden. Eine Struktur kann einen kreativen Prozess neu inspirieren und verhilft zu neuen kreativen Ergebnissen. Dabei müssen die Strukturen nicht als starr und als Schablone angesehen werden, sondern als flexible Unterstützung.

Das Denken sucht immer nach Ordnung und Systemen. So können die hier gezeigten Modelle einen ersten Schritt für einen neuen Über- und Ausblick geben. Jedoch benötigt alles noch deine Ideen und Kreativität, um diese mit Leben zu füllen.

Manche Elemente erscheinen dir sofort umsetzbar und andere in sehr weiter Ferne. Jedoch können die verschiedenen Konzepte in unterschiedliche Bereiche hineinfließen. Behalte diese einfach im Hinterkopf und schlage gerade bei der Vorbereitung die unterschiedlichen Modelle nach.

Wir haben als Kirchen eine so wichtige Nachricht von Jesus Christus. Diese gilt es auch im Gottesdienst zu kommunizieren. Die Menschen heute sind es gewohnt, im Fernsehen, im Theater oder bei Musicals hohe Qualität geboten zu bekommen und Moderatoren und Performer zu erleben, die gekonnt kommunizieren. Wenn wir als Kirche diese Menschen erreichen möchten, dann müssen auch wir uns Fragen zur Qualität unseres Auftritts und der Art unserer Kommunikation stellen und daran arbeiten. Die folgenden Stilmittel, Methoden und Strukturen sollen genau dazu einen Beitrag leisten.

BRAINSTORMING

Einleitung Brainstorming

Allgemein

Optimal ist es, mit einer Gruppe aus fünf bis zehn Personen zusammen zu „brainstormen“. Eine klare Aufgabenstellung mit einer Zielvorgabe ist wichtig. Es ist hilfreich, vorab einen klaren zeitlichen Beginn- und Endpunkt zu definieren. In dieser Zeit gilt: keine Störungen und Unterbrechungen. Denn diese behindern einen kreativen Prozess.

Vier grundsätzliche Regeln gelten beim Brainstorming:

- Kombinieren und Aufgreifen von bereits geäußerten Ideen.
- Kommentare, Korrekturen, Kritik sind verboten (1.Phase).
- Viele Ideen in kürzester Zeit (Zeitraumen ca. 5-30 min).
- Freies Assoziieren und Phantasieren ist erlaubt.

Phase Eins: Ideen finden

In dieser Phase gelten folgende Grundregeln:

- Keine Kritik an anderen Beiträgen, Ideen oder Lösungsvorschlägen.
- Keine Wertung oder Beurteilung der Ideen.
- Jeder soll seine Gedanken frei äußern können.
- Keine Totschlagargumente.
- Je kühner und phantasievoller, desto besser.

Phase Zwei: Ergebnisse sortieren und bewerten

Hier geht es um die Bewertung und Sortierung der Ideen:

- Ideen werden sortiert.
- Ideen werden bewertet und auf ihre Umsetzbarkeit hin geprüft.
- Ergebnisse und Ideen werden schriftlich fixiert.

Diese Regeln gelten allgemein für fast jede Art von Brainstorming. Darüber hinaus gibt es verschiedene Möglichkeiten, den Ideenfindungsprozess konkret zu gestalten. Im Weiteren werden einige dieser Varianten vorgestellt.

Storyboard

Die Ideen werden mit einem bis drei Worten umrissen und auf eine Karte geschrieben. Diese wird dann an eine Tafel gehängt. Dabei sollte diese Idee mit eigenen Worten der Gruppe kurz beschrieben werden. Man kann die Karte bereits bestehenden Überbegriffen, die an der Tafel hängen, zuweisen (z. B. Theater, Moderation, Video). Dies ist die Phase Eins.

Beispiel:

Keymessage: Durch Jesus haben wir eine Beziehung zu Gott und können mit ihm kommunizieren.

Innerhalb dieser Hauptaussage wird auf der Karte geschrieben: „Theater mit Verbindungsstörungen“. Erklärung des Teilnehmers dazu für die Gruppe: Wir entwickeln ein Theaterstück/Videoclip, bei dem sich zwei Leute per Telefon unterhalten. Aber ständig gibt es Unterbrechungen, die man aber übergeht. Dadurch entsteht auf Grund der Missverständnisse eine witzige Situation. Ziel: Auf lockere Art aufzeigen, was bei fehlender Verbindung passieren kann.

Anschließend beginnt die Phase Zwei: Die Ideen werden gegliedert und gleiches wenn möglich zusammengefasst. Was ist ähnlich, ergänzend oder widerspricht sich? Was kann man aufgrund der gegebenen Rahmenbedingungen umsetzen? Welche Kritikpunkte gibt es zu den Ideen? Welche Idee findet keine Verwendung?

Video

Idee ...

Idee ...

Idee ...

Theater

Idee ...

Predigt

Idee ...

Diverses

Idee ...

Idee ...

Idee ...

Disney-Methode

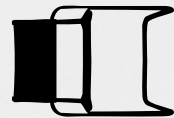
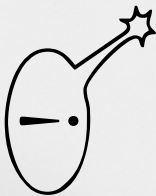
Die Walt-Disney-Methode ist eine Kreativitäts-Methode auf der Basis eines Rollenspiels. Aufgrund der verschiedenen Rollenvorgaben wird das Problem oder die Idee betrachtet und weiterentwickelt.

Als Kreativitäts-Methode funktioniert die Walt-Disney-Methode am besten mit vier statt nur der offiziellen ersten drei Rollen:

- Träumer (Visionär, Ideenlieferant)
- Realist (Realist, Macher)
- Kritiker (Qualitäts-Manager, Fragensteller)
- Neutrale (Beobachter, Berater)

Es werden vier Stühle mit den jeweiligen Rollen benannt. Nachdem das Problem oder die Idee genannt wurde, begeben sich die Personen auf die jeweiligen Stühle und nehmen deren Merkmale an. Im Gespräch werden nun Lösungsansätze besprochen und Ergebnisse sortiert. Steht ein erster Standpunkt fest, werden die Rollen getauscht und man bespricht die Vorgaben erneut, bis ein guter Entwicklungsstand erreicht ist.⁸

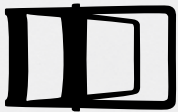
↳ siehe auch Brainstorming: Denkhüte



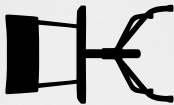
Träumer
Visionär/
Ideenlieferant



Realist
Realist/
Macher



Kritiker
Qualitäts-Management/
Fragensteller



Neutraler
Beobachter/
Berater

Überspitzung

Durch eine Übertreibung kann das eigentliche Thema deutlicher werden und man wird darauf aufmerksam. Diese Überspitzung kann in verschiedenen Programmelementen und auch in der Predigt einfließen.

Die Überspitzung des Themas kann im Realen bleiben, aber auch in eine unrealistische Version übergehen. Wird das Thema sehr überzogen dargestellt, kann der Zuschauer darauf amüsiert reagieren. Durch Humor und positive Emotionen kann die Bereitschaft sich auf den folgenden Inhalt einzulassen, erhöht werden.

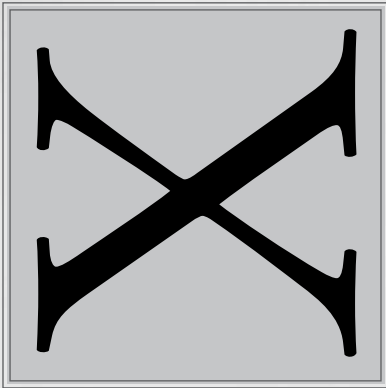
Beispiel:

Bei dem Thema Vertrauen wird durch einen Videoclip, Theaterstück oder auch durch das Erzählen die Konsequenz des „nicht vertrauen können“ überspitzt aufgezeigt. So kann der Protagonist nicht mehr Fahrstuhlfahren („Stürzt er ab?“), anderen Leuten die Hand geben („Ist diese gewaschen?“), im Bus mitfahren („Hat der Fahrer einen Führerschein?“) usw. Die Person kann in einer überspitzten Art seinem Umfeld nicht vertrauen. So wird die Wichtigkeit des Themas verdeutlicht.

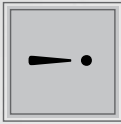
↳ siehe auch Programmreihenfolge: Problemorientierte Erzählweise



Thema



überspitzte Darstellung



Bewusstsein für
Lösungsansatz

Widerspruch konstruieren

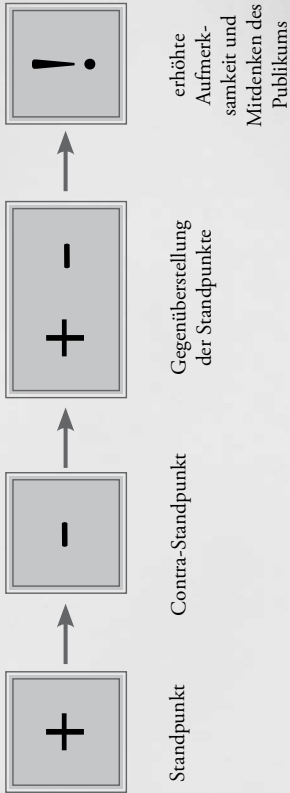
Argumente werden durch Darstellung der Gegenargumente erst nachvollziehbar. Beide Seiten werden klar aufgezeigt. Die Zuhörer sind dadurch aktiv dabei. Aufgrund der beiden unterschiedlichen Standpunkte ist das Publikum angeregt, sich selbst eine eigene Sichtweise zu überlegen, auszuwählen oder sogar zu erarbeiten. Durch diese erhöhte Aufmerksamkeit kann das Thema intensiver wahrgenommen werden. Anschließend können z. B. Lösungsansätze diese Punkte aufgreifen, sich auf eine Seite fokussieren oder einen weiteren Punkt als Option anbieten.

Der Fokus dieses Stilmittels sollte nicht das Verwirren der Zuschauer sein, sondern die Anregung zum Mitdenken durch die Darstellung der unterschiedlichen Standpunkte.

Beispiel:

Das Thema Verantwortung wird inhaltlich positiv vermittelt (Videoclip, Interview, etc.): Verantwortung übernehmen stärkt die Hingabe, den Charakter, die Liebe usw. Als Kontrast dazu wird auch eine gegenteilige Meinung widergegeben: Verantwortung übernehmen ist einengend und das Gegenteil von wirklicher Freiheit, da man auf Grund der Forderungen gezwungen ist, zu bleiben oder etwas zu unternehmen. Diese Unfreiheit kann nicht förderlich für den Charakter oder die Hingabe sein. Diese beiden Punkte werden stehen gelassen und im Verlauf ein Lösungsansatz geboten .

↳ siehe auch Programmreihenfolge: Dialektik



Dreier-Schritt Moderation

Die Methode beginnt mit der Lead-Zeile, mit der Hauptaussage des Themas. Der zweite Schritt greift weiterführende Informationen zu der Aussage auf und weckt somit das Interesse des Zuhörers. Im Folgenden wird der Fokus für den kommenden Beitrag des Gottesdienstes gesetzt.

Diese einfache Methode der Moderation kann sehr spontan verwendet werden, da sie wenig Vorbereitungszeit benötigt.

Beispiele:

Idee 1:

- *Gebet ist in einem vollen Alltag nicht immer leicht. (Thema des Gottesdienstes)*
- *Dass Beten jedoch Kraft und Segen bringt, hat bestimmt schon jeder erlebt. (Info)*
- *In der Predigt hören wir nun, wie wir unser Gebet neu beleben können. (Überleitung)*

Idee 2:

- *Gott tut heute noch Wunder. (Thema des Gottesdienstes)*
- *Jeder wünscht sich Wunder in seinem Leben. (Info)*
- *Das nächste Lied greift genau die Wunder von Gott in unserem Alltag auf. (Überleitung)*

Thema

Info

Überleitung



Problemlösungsformel

Geht es in einem Vortrag um eine bestimmte Problem-darstellung, so kann diese Formel für die Erarbeitung der Thematik dienen. Bei jeder Darstellung einer Problematik sollte nicht mit einem Lösungsvorschlag begonnen werden. Erst wenn das Publikum den Weg des genannten Vorschlages nachvollziehen kann, wird für sie der Grund der Lösung verständlicher.

Die einzelnen Punkte, die es für eine Veränderung benötigt, sind in dieser Gliederung aufgelistet. So kann allein das Erarbeiten der Themen eine Lösung besser erkennbar machen.

- Die Lage wird analysiert. Welche Situation herrscht wirklich vor?
- Die Ursache wird dargestellt. Was ist der eigentliche Auslöser des Problems?
- Das Ziel wird bestimmt. Was soll bezüglich des Problems erreicht werden?
- Die Lösungsvorschläge, mit denen das gesteckte Ziel zu erlangen ist, werden präsentiert.
- Ein Appell schließt den Vortrag. Was sind die nächsten Schritte, die getan werden müssen?

↳ Siehe auch Predigt & Rede: Plus-Minus-Schema

Dialektischer Fünfsatz

Bei dieser Gliederung verbindet sich die Rede und Gegenrede zu einem gemeinsamen Vortrag. Durch die gegensätzlichen Standpunkte wird dem Zuhörer vermittelt, dass man sich ausführlich mit der Thematik beschäftigt hat. Die Argumentation wird durch die unterschiedlichen Sichtweisen aufgebaut und abschließend mit dem eigenen Standpunkt oder Kompromiss zu einem Ende gebracht. Gerade bei kontroversen Themen dient diese Redestruktur dazu, seine eigenen Überzeugungen zu vermitteln und einen Konsens zu erreichen.

- Das Thema wird benannt.
- Pro-Standpunkt: Ein bis zwei Argumente werden für diese Ansicht aufgezeigt.
- Contra-Standpunkt: Auch hier werden ein bis zwei Argumente angeführt.
- Synthese/Zusammenfassung, Urteil, eigener Standpunkt: Im Anschluss werden beide Standpunkte zusammengefasst und ggf. miteinander verbunden. Eine Beurteilung dieser Punkte untermauert die eigene Sichtweise.
- Ein Appell zum Handeln auf Grund der Argumentation schließt den Vortrag ab.

Prozessablauf Gottesdienst

Der folgende Ablauf zeigt eine Möglichkeit für die Entwicklung und Durchführung eines Gottesdienstes auf mit einem Produzenten. Der Name Produzent klingt für manche bezogen auf einen Gottesdienst sicherlich weit hergeholt. Man könnte Gottesdienstleiter, Programmleiter oder ähnliches sagen. Jedoch ist der Name richtig: Ein Produzent initiiert, koordiniert, überwacht und steuert. Die Person sollte in diesem Rahmen der Gestaltung eines Gottesdienstes kreative und koordinative Fähigkeiten haben.

Gespräch mit dem Prediger/in

Von dem Prediger erhält der Produzent das Ziel und die Keymessage.

Brainstorming

Der Produzent leitet das Treffen mit einer bestimmten Zielvorgabe.

Reihenfolge festlegen

Ein erster Ablauf für den Gottesdienst wird festgelegt.

Gespräche mit den Teams

Der Produzent gibt die für den Gottesdienst wichtigen Informationen weiter (Ziel, Keymessage usw.). Auf demselben Weg besorgt sich der Produzent die Informationen von den Mitarbeitern bezgl. der Lieder und weiteren kreativen Elementen.

