

Vom World Board—Abschlußbericht zum CTF Projekt

Einleitung/Zusammenfassung

Kommunikation war von jeher eine Herausforderung in Narcotics Anonymous. Das reicht bis in jene Zeiten zurück, in denen NA lediglich aus einer Handvoll Mitgliedern bestand, später einer Handvoll Gruppen, als wir noch keine Dienststruktur besaßen oder auch nur irgendetwas wie „Weltdienste“. Da wir nun wirklich eine weltweite Gemeinschaft geworden sind—im August 2000 zählten wir in 104 Ländern etwa 27.000 registrierte NA-Gruppen mit zirka 28.000 Meetings pro Woche—sind auch die Anforderungen, die an unsere Kommunikation gestellt werden, etwas komplexer geworden. NA stagniert nicht. Das Anliegen, das uns am meisten am Herzen liegt, ist der Wunsch die Botschaft zu jedem Süchtigen zu bringen, der noch leidet. Wir tun das, damit nirgendwo auf der Welt Süchtige an den Schrecken der aktiven Sucht sterben müssen, ohne daß sie erfahren haben, daß es den Weg gibt, den wir gefunden haben. Eben dieser Wunsch, freimütig und dankbar die Genesung zu teilen, die wir in NA gefunden haben, liegt dem Bestreben, unsere Kommunikation zu verbessern, zugrunde. Wir teilen unsere Erfahrung, Kraft und Hoffnung, die wir über die Genesung und den Dienst besitzen, und tragen damit zur Festigung der Einheit von NA bei, von der die persönliche Genesung abhängt. Wir fördern unsere Einigkeit durch unsere Kommunikation und tragen dadurch dazu bei, daß unsere Gemeinschaft am Leben bleibt und weiterhin wächst. Im Dienst unterstützt die Kommunikation alle Ebenen der Dienststruktur, damit die Stimme der NA-Gruppen gehört wird. Damit sichern wir im Sinne der Neunten Tradition unsere Rechenschaftspflicht („NA als solches sollte niemals organisiert werden. Jedoch können wir Dienstausschüsse oder Komitees bilden, die diejenigen direkt verantwortlich sind, welchen sie dienen.“) Auch das Achte Konzept erinnert uns daran, daß „unsere Dienststruktur von der Integrität und Effektivität unserer Kommunikation abhängt.“ Weltweit bedeutet das für NA, daß wir ständig von der Vision motiviert werden, daß

NARCOTICS ANONYMOUS WORLD SERVICES ORGANIZATIONAL IDENTITY STATEMENT

WER WIR SIND:

Die Weltdienste von NA setzen sich zusammen aus dem World Board, dem Weltdienstbüro, und der Weltdienstkonferenz.

WAS WIR TUN:

Die Weltdienste von NA stellen Dienstleistungen zur Verfügung, welche die Einigkeit von NA unterstützen und das Weiterbestehen und das Wachstum von NA weltweit fördern.

WARUM:

Damit weltweit alle Süchtigen die Chance haben, eine neue Lebensweise zu finden.

WIE:

Die Weltdienste von NA erreichen ihr Ziel, indem sie ständig im Einklang mit den Prinzipien unseres Programms handeln. Dabei wird besonderer Wert gelegt auf Ehrlichkeit, Vertrauen, guten Willen und Integrität. Wir stützen uns auf faire, finanziell gesunde, effiziente und effektive Entscheidungspolitik und Praktiken.

WO:

Intern: gegenüber unserer Gemeinschaft, den Konferenzteilnehmern, den Ausschüssen und Komitees und den WSO-Mitarbeitern.
Extern: gegenüber der breiten Öffentlichkeit, dem Personal in Behandlungs- und Therapieeinrichtungen, medizinischen Fachleuten, gegenüber Behörden, Verwaltung und Staat, unabhängigen Organisationen sowie den Familien gegenüber.

eines Tages alle Süchtigen auf der Welt die Chance haben, unsere Botschaft in ihrer eigenen Sprache und Kultur zu erfahren und die Möglichkeit zu einer neuen Lebensweise finden.

Jetzt haben NA World Services—vielleicht zum ersten Mal in der Geschichte von NA—versucht, die Kommunikationsprobleme unserer Gemeinschaft genau unter die Lupe zu nehmen, und sie wollen mit dem Kommunikationsprojekt des World Board einen Prozeß einleiten, im Rahmen dessen ein paar charakteristische Gebiete der Kommunikationsaktivitäten mit ihren entsprechenden Mängeln herausgegriffen werden, und auf die wir uns ganz besonders konzentrieren müssen. In diesem Bericht fassen wir die Probleme zusammen, die bis heute noch keine Abhilfe gefunden haben. Obenstehendes „Organizational Identity Statement“ ist ein Werkzeug, das wir geschaffen haben, um unsere Kommunikationsstrategie zu verankern. Wir hoffen, es wird uns bei dem Versuch helfen, verständlich zu machen, wer wir, in den Weltdiensten sind, was wir anbieten und wie unsere Mitglieder auf der ganzen Welt leicht auf unsere kollektiven Ressourcen zugreifen können. Die Untersuchungsergebnisse weisen darauf hin, daß in der Tat eine effektivere Kommunikation zu den grundlegendsten Herausforderungen gehört, denen wir uns stellen müssen, damit das derzeit noch sehr eingeschränkte Wissen und Verständnis unserer Mitglieder hinsichtlich der Funktion, Dienste und Ressourcen der Weltdienste erweitert wird.

Wir haben versucht, diesen Bericht so leicht verständlich wie möglich abzufassen, da wir wissen, daß ihr es so wollt. Die Informationen in unseren Untersuchungen sind hingegen sehr komplex. Es ist immer schwierig, den Versuch zu unternehmen, komplexe Informationen einfach darzustellen und die Bedürfnisse verschiedener Zielgruppen zu befriedigen. Einige möchten jedes auch noch so kleine Detail wissen. Andere wiederum wollen nur Schlagzeilen. Wir haben eine Reihe verschiedener Adressaten in Narcotics Anonymous. Wir müssen bessere Arbeit leisten, wenn wir unsere schriftlichen Mitteilungen an die unterschiedlichen Bedürfnisse und Interessen der verschiedenen Teile unserer Gemeinschaft anpassen wollen. Das ist gewiß eine der größten Herausforderungen, wie es dieser Bericht auch verdeutlicht. Wir haben versucht, hier ein Gleichgewicht zu erzielen. Dieser sechsseitige Vorstandsbericht enthält nur die Schlagzeilen. Ein fünfzigseitiger Bericht für die Konferenzteilnehmer enthält sämtliche Einzelheiten unserer Untersuchungsergebnisse. Die Anhänge zu dieser sehr detaillierten Version des Berichts enthalten:

- Ein ausführliches Profil der aktuellen Probleme basierend auf der Untersuchung der CTF (Addendum A).
- Ausführliche Beschreibung des Hintergrunds und der Geschichte der CTF-Studie und ein Überblick über die Untersuchungen (Addendum B).
- Den Fragebogen, der weltweit in den acht Fokusgruppen benutzt wurde und die quantitativen Umfrageergebnisse (Addendum C).

Achtes Konzept:

„Die Dienststruktur unserer Gemeinschaft basiert auf der Einigkeit unserer Gruppen; um diese Einigkeit zu erhalten, müssen wir innerhalb von Narcotics Anonymous regelmäßig in Kommunikation miteinander stehen. Unsere Gruppen haben zusammen eine Dienststruktur entwickelt, um ihren gemeinsamen Bedürfnissen Rechnung zu tragen und dazu beizutragen ihren gemeinsamen Zweck zu erfüllen. Die Effektivität der Dienststruktur hängt von der fortwährenden Einigkeit der NA-Gruppen und von ihrer beständigen Unterstützung und Führung ab. Diese Dinge können nur aufrechterhalten werden in einer Atmosphäre von ehrlicher, offener und geradliniger Kommunikation unter allen Beteiligten.“

--Aus der Broschüre,
Zwölf Konzepte für NA Service

- Die quantitativen Ergebnisse aus der Umfrage auf der WSC 2000 (Addendum D).
- Die Ergebnisse der Workshop-Studie aus dem CAR 2000 (Addendum E).

Ihr findet diesen summarischen Bericht mit Addendum A und Addendum B auf unserer Website: www.na.org. Er kann aber auch von den Weltdiensten angefordert werden.

In diesem Bericht dreht es sich um Probleme, NICHT um Lösungsansätze oder deren Durchführung

Dieser Bericht deckt sieben grundlegende Kommunikationsbereiche zwischen dem Weltdiensten und der Gemeinschaft als Ganzer ab: (A) Korrespondenz; (B) Internet, (C) Periodische Publikationen, (D) den Conference Agenda Report, (E) Produkte und Dienstleistungen, (F) Übersetzungen, und (G) das weltweite Workshopssystem. Unsere Sondergruppe Kommunikation identifizierte in den Untersuchungen diese Kategorien als die Hauptbereiche. Wir konzentrieren uns hier auf die Identifizierung von Problemen, die wir als solche erkannt haben und darauf, sie in ihrem Gesamtkontext zu sehen. Die Ausarbeitung von Lösungen und die Einführung von Standards, damit die Kommunikation der Weltdienste mit der Gemeinschaft verbessert werden kann, sind nicht Gegenstand dieses Berichts.

Die Schwierigkeiten und Herausforderungen, die in diesem Bericht dargestellt werden, stellen jedoch kaum vereinzelte und isolierte Problemstellungen dar. Es besteht die Gefahr, daß wir diese Probleme fälschlicherweise getrennt von einander in unterschiedliche Kategorien einordnen, uns so in den Details verlieren und den Gesamtkontext aus den Augen verlieren. Das heißt im Klartext, es ist vielleicht verlockend, jedes Problem, das wir identifiziert haben, einzeln anzugehen, ohne den größeren Gesamtkontext zu sehen, wie alle diese Schwierigkeiten ineinandergreifen.

Bei der Untersuchung der Probleme wollen wir als zentrale Fragestellung und Bezugspunkt folgendes in den Mittelpunkt stellen: wer wir, die Weltdienste von NA, sind, wem wir dienen und warum. Wir haben das in der Vergangenheit nicht groß berücksichtigt. Im Gegenteil, als sich das CTF hinsetzte, um eine Erklärung zu unserer Organisationsidentität auszuarbeiten (siehe Seite 1), womit das klar formuliert werden sollte, stellte die CTF fest, daß seit geraumer Zeit zum erstem Mal überhaupt der Versuch unternommen wurde, die Kommunikationsverantwortlichkeiten auf diese Weise zu formulieren. Wir empfehlen, dieses NAWS Organizational Identity Statement als Leitlinie für die Analyse und Behebung der identifizierten Probleme herzunehmen.

Erhebung: Fokusgruppen, Umfrage auf der WSC 2000, Befragung der Mitarbeiter

Wir erstellten einen Fokusgruppen-Fragebogen, der bei den acht Fokusgruppen, die weltweit abgehalten wurden, eingesetzt wurde. Die acht Gruppen trafen sich in Philadelphia, Pennsylvania; Rockford, Illinois; Spokane, Washington; Mumbai (Bombay), Indien; Berlin, Deutschland; Montevideo, Uruguay; Calgary, Alberta, Kanada; und Woodland Hills, Kalifornien. Wir suchten absichtlich ganz bestimmte eingegrenzte Gebiete innerhalb einer größeren Region aus, um eine ausgewogene Mischung verschiedener

Die Verbesserung der Kommunikation geht jeden an:

Mitarbeiter, Geschäftsführung, Den Weltausschuß, seine Komitees, Die Konferenz und die Gemeinschaft als Ganze, sie alle sollen einbezogen werden und wir werden zusammenarbeiten und in einen ehrlichen Dialog miteinander treten müssen, um langfristige und wirksame Veränderungen bei der Kommunikation der Weltdienste von NA zu erzielen.

Gemeinschaften zu erhalten (ländliche Gegenden, Vorstädte und städtische Gebiete—etablierte Gebiete und Gebiete, die sich gerade erst entwickeln usw.). Zusätzlich zu den qualitativen Datenmengen, die wir auf jedem der Workshops erfassen konnten, generierte jede Fokusgruppe im Durchschnitt 17 individuelle Fragebögen mit Daten von Mitgliedern, die an den Gruppen teilnahmen, dazu kommen noch ausführlichere schriftliche Ausführungen von Mitarbeitern und betrauten Dienern, die an diesen Gruppen teilnahmen. Die quantitativen und qualitativen Ergebnisse flossen in das umfassende Problemprofil (Addendum A) ein. Diejenigen, die ausführlichere Details haben wollen, können die kompletten quantitativen Ergebnisse (einschließlich den Originalfragebogen, der den Teilnehmern der Fokusgruppen vorgelegt wurde) in Addendum C einsehen.

Bei jeder der achtstündigen Fokusgruppen sollte der Teilnehmerkreis aus insgesamt 20 Leuten bestehen. Aus demografischen Gründen wollte man eine Mischung aus Mitgliedern mit unterschiedlichen Cleanzeiten und verschiedenen Serviceerfahrungen haben (einschließlich solche, die keinerlei Diensterfahrung hatten); männliche und weibliche Mitglieder; englischsprachige und nicht-englischsprachige Mitglieder und außerdem Mitglieder mit Berufserfahrung, falls möglich. Insgesamt gesehen war die bei den Fokusgruppen angewandte Methode nicht perfekt. Das Erhebungsinstrument war ursprünglich dafür konzipiert worden, um die Daten aus einer jeden Fokusgruppe schematisch aufzuzeichnen, und nicht als ein Fragebogen für quantitative oder statistische Erhebungen. Daher sollte man die Ergebnisse aus den Fokusgruppen nicht generell als repräsentativ für die gesamte Gemeinschaft ansehen. Trotzdem sind wir der Meinung, daß wir damit hoch relevante und nützliche Rückmeldungen aus der Gemeinschaft erhalten haben.

Auch auf der WSC 2000 führten wir eine Meinungsforschung unter den Konferenzteilnehmern durch. Wir hatten uns dazu entschlossen, da die regionalen Delegierten substantiell die Hauptadressaten unserer verschiedenen WSC-Publikationen darstellen. Wir wollten außerdem in Erfahrung bringen, welche Meinung nach Ansicht der regionalen Delegierten die Mitglieder in deren Heimatregion von der Kommunikation der Weltdienste hatten. Wir glaubten, das würde und einen Ansatz liefern, auf dessen Grundlage man überprüfen könnte in welchen Punkten die Wahrnehmung der Delegierten mit der Wahrnehmung der Fokusgruppenteilnehmer übereinstimmt bzw. voneinander abweicht—und diese Annahme erwies sich als richtig. Die Einzelheiten zu dieser Umfrage sind in Addendum D einzusehen.

Die hierin enthaltenen Informationen basieren zum Großteil darauf, wie die verschiedenen Gemeinschaften unsere Kommunikation beurteilen. Mit Gemeinschaften meinen wir Mitglieder auf Gruppenebene, betraute Diener unserer Gemeinschaft, regionale Delegierte und deren Vertreter usw. Um herauszufinden, ob man erfolgreich kommuniziert, muß man feststellen, wie die Leute, die man erreichen will, diese Kommunikation bewerten. Wir versuchten es mit folgender Fragestellung: „Kommunizieren wir effektiv?“ Die Bewertung der Mitglieder, die wir erreichen wollen, und deren Sicht ist der beste Maßstab für die Wirksamkeit unserer Kommunikationsarbeit. Das sieht vielleicht unwissenschaftlich aus oder so, als wären wir dafür haftbar, doch so wurde der Beweis erbracht, daß diese Probleme real existieren. Wir möchten diese Probleme auf der Basis der kollektiven Erfahrung unserer Gemeinschaft und nach dem gesunden Menschenverstand beurteilen.

Die Inhalte dieses Berichts sind nicht besonders ermutigend, aber das kommt für uns auch nicht besonders überraschend. Der Bericht bestätigt nur die Wahrheit, die wir schon kannten—wir stehen großen Herausforderungen gegenüber, wenn wir uns beständig darum bemühen wollen, die Reaktion der Weltdienste auf unsere Mitgliedschaft zu verbessern. Das trifft insbesondere auf Kommunikation im Servicebereich zu, und darauf, was die Mitglieder im allgemeinen von der Verfügbarkeit der Dienstinformationen halten. Wir haben festgestellt, daß die meisten unserer

Mitglieder in der Tat wenig oder gar keine Vorstellung davon hatten, was die Weltdienste von NA sind oder welche Dienstleistungen sie zur Verfügung stellen. Fast alle Probleme, die sich herauskristallisierten, haben genau hier ihre Wurzel. Doch das macht die einzelnen Probleme keinesfalls „kleiner“.

So ist es zum Beispiel offensichtlich, daß die Gemeinschaft weder eine klare Vorstellung von den Geldmitteln der Weltdienste von NA hat, noch davon, was die Dienste kosten und woher das Geld kommt, mit dem sie bezahlt werden; sie versteht auch nicht, warum die finanziellen Ressourcen gegenwärtig beschränkt sind und warum es Bereiche gibt, in denen wir aufgrund der unzureichenden Mittel nicht in der Lage sind, dringend benötigte Dienste bereitzustellen. Unser Versäumnis, unseren Bedarf an Mitteln mitzuteilen, wirkt sich in starkem Maße auf die Bereitschaft der NA-Gruppen aus, die Dienststruktur im Allgemeinen und die Weltdienste von NA im Besonderen mit direkten Spenden zu unterstützen. Von weltweit etwa 27.000 registrierten NA-Gruppen (gemäß dem Stand unserer fehlerhaften Datenbank von August 2000), entscheiden sich weniger als 500 Gruppen (weniger als 2%) zu Direktspenden an die Weltdienste. Gleichzeitig ist jedoch die Zahl der Gruppen, die sich zu Direktspenden entscheiden, in den letzten fünf Jahren um 400% gestiegen. Das stellt einen sehr ermutigenden Trend dar. Immerhin unterstreicht er, wie weit wir schon gekommen sind, die Finanzen der Weltdienste von NA auf eine Basis zu stellen, die so stabil und wünschenswert ist wie nie zuvor: direkte Spenden aus der Siebten Tradition von den NA-Gruppen anstelle des weniger stabilen Einkommens, das mit Literaturverkauf oder Veranstaltungen erzielt wird. Schlechte Kommunikation, was das Geld der Weltdienste anbelangt, ist nur einer der Aspekte, wieso in der Gemeinschaft ein so begrenztes Wissen darüber vorherrscht, wer und was die Weltdienste sind und wie und warum sie etwas tun, doch die Wirksamkeit unserer Kommunikation hinsichtlich der Finanzen trifft das Zentrum der Integrität und der Effektivität unserer Dienststruktur.

Und worum geht es nun eigentlich?

In diesem Bericht werden 29 charakteristische Kommunikationsprobleme in der Gemeinschaft identifiziert und erörtert. Bei der Untersuchung all dieser Kommunikationsprobleme wollen wir jedoch auf dem Boden bleiben. Im Klartext, die meisten, vielleicht sogar alle Kommunikationsprobleme, die in unserer Gemeinschaft existieren, laufen auf eine sehr simple Wahrheit hinaus: Wir dienen unseren Mitgliedern nicht so gut, wie wir könnten. Wenn die Mitglieder nicht wissen, welche Produkte und Dienstleistungen von den Weltdiensten erhältlich sind, dann werden sie nicht so gut bedient, wie sie bedient werden sollten. Wenn Süchtige mit besonderen Bedürfnissen keinen Zugang zu Produkten oder Diensten haben, die ihre Bedürfnisse erfüllen, dann wird diesen Mitgliedern nicht so gut gedient, wie es sein sollte. Wenn unsere Mitglieder unsere dienstbezogenen Mitteilungen nicht verstehen können, dann müssen wir danach streben, sie verständlicher zu machen. Wenn Dienstkomitees nicht begreifen, wie sie die Weltdienste kontaktieren können, oder wenn sie gar nicht wissen, welche Produkte und Dienstleistungen verfügbar sind, die ihnen bei ihrem Dienst helfen können, dann müssen wir uns anstrengen und das Wissen und den Bekanntheitsgrad vergrößern.

Diese Kommunikationsprobleme treffen unsere Mitglieder in ihren Stammgruppen vielleicht sehr viel härter, als alles andere, was die Weltdienste tun. Es ist unsere höchste Priorität, unseren Mitgliedern effektiver mitzuteilen, welche Produkte, Dienste und sachdienlichen Serviceinformationen wir anbieten. Dadurch kann NA eine vitale, wachsende und gut informierte weltweite Gemeinschaft bleiben—verbunden durch das Wissen, die Informationen und die Kraft, die in unserer Literatur, in unseren Produkten und unseren Diensten enthalten ist.

Und worin besteht nun das Problem? — „Wir haben ein Kommunikationsproblem.“

Auf der letzten Seite dieser Erörterung findet ihr eine Aufstellung von 29 Problemen, die aus dem Problemprofil-Bericht (Addendum A) stammen. Die Mitglieder wissen zu wenig über die Funktionen und Dienstleistungen der Weltdienste und es ist kaum bekannt, daß es die Weltdienste gibt. Es gibt Probleme mit dem NAWS Voicemailsystem und mit den Anrufern bei den Weltdiensten, die von einem Mitarbeiter zum anderen weitergereicht werden, bis sie endlich die benötigte Hilfe erhalten. Die Mitglieder wissen nur sehr wenig von dem Welttreffen, sie verstehen die Informationsübermittlung der Weltdienste nicht, können sich daher oftmals nicht an den Umfragen beteiligen, mit denen die Weltdienste Input aus der Gemeinschaft einholen. Auch im Bereich des Internets erhebt sich die Frage, wie die Kommunikation per Internet angesichts der nicht bekannten und zudem noch beschränkten Zugangsmöglichkeiten der Mitglieder in die Gesamtstrategie der NA Weltdienste einzuordnen ist.

Im Bereich der Publikationen sehen wir die Notwendigkeit das gesamte Programm der periodisch erscheinenden Mitteilungen der Weltdienste auf seine Einheitlichkeit hin zu überprüfen. Wir stellten fest, daß nur sehr wenige Mitglieder von den vorhandenen periodisch erscheinenden Publikationen wissen, ferner, daß sehr unterschiedliche Meinungen darüber bestehen, wie verständlich diese Schriften abgefaßt sind, weiterhin stellten wir fest, daß Probleme bestehen, was das vermeintliche Publikum für die periodisch erscheinenden Mitteilungen betrifft, und daß auch durch die Bank das Komplexitätsniveau/Sprachniveau bei der Servicekommunikation ein Problem ist. Die Verteilung stellt aufgrund der unzuverlässigen und unvollständigen Mailinglisten ebenfalls ein schwerwiegendes Problem dar. In der Vergangenheit stützten sich unsere Dienstmitteilungen zum großen Teil auf indirekte Kommunikation, die viele Ebenen durchlief—von den Weltdiensten zu den Regionen, von dort zu den Gebieten und dann zu den NA-Gruppen. Doch diesem indirekten System sind aufgrund von Pannen und Engpässen, die auf den Weg passieren, Grenzen gesteckt. Bei einer besonders wichtigen periodisch erscheinenden Servicemitteilung nahmen wir eine gesonderte Untersuchung vor: dem Conference Agenda Report. Ein Großteil der Gemeinschaft weiß nicht einmal, was der CAR ist. Der CAR (wenn überhaupt davon gehört wurde) wird oftmals als schwierig, uninteressant und/oder irrelevant angesehen. Ein damit verbundenes Problem ist das unzureichende Wissen darüber, wie man sich effektiv an den gemeinschaftsweiten Diskussionen beteiligen kann. Gleichzeitig wollen unsere Mitglieder aber auch über eine ungeheuer große Zahl von Themen diskutieren. Das kann an sich schon ein Kommunikationsproblem darstellen, da in der Gemeinschaft Verwirrung darüber herrscht, wie der Ablauf des Diskussionsprozesses bei den WSC-Themen überhaupt aussieht.

Im Bereich der NAWS-Produkte und Dienstleistungen sieht es so aus, daß unsere Mitglieder eine große Zahl neuer Produkte und Dienste haben wollen. Ebenso sind einige der Ansicht, daß bestimmte vorhandene Produkte und Literaturposten überholt sind. Unsere Mitglieder verstehen den Übersetzungsprozeß nur unzureichend, was in der Tat nur ein weiteres Beispiel für einen Bereich ist, wo die Mitglieder die Funktion und Dienstleistungen der Weltdienste von NA mißverstehen. Was das weltweite Workshopteam anbelangt, so mußten wir feststellen, daß keine Klarheit darüber herrscht, welchen Zweck die Workshops nun haben, und daß es keinen Konsens darüber gibt, wie oft sie stattfinden sollten. Und schließlich stellten wir fest, daß hinsichtlich der beschränkten Ressourcen der Weltdienste insgesamt ein gravierendes Wissensdefizit besteht.

Das Projekt Kommunikationsstandards (Juli 2000 - Juni 2002)

Das Board wird gemäß Beschluß in den nächsten zwei Jahren zusammen mit den Mitarbeitern an dem Problemprofil feilen. Einige Mitarbeiter und die Geschäftsleitung waren bereits maßgeblich an der Entwicklung der Problemprofile (siehe Addendum A) beteiligt. Andere hingegen waren bisher noch nicht sehr involviert. Es wäre wünschenswert, wenn andere Mitarbeiter in Schlüsselpositionen im Verlauf des Projektes Kommunikationsstandards die Vorstellungen überprüfen und eigene Ideen einbringen würden. Wir wollen zusammen Empfehlungen ausarbeiten, um Abhilfe für die festgestellten Probleme zu schaffen. Im Anschluß wollen wir dann mit der Durchführung der neuen Kommunikationsstandards beginnen, soweit dies zeitlich und ressourcentechnisch möglich ist.

Ziel Acht des Entwicklungsplans für die Gemeinschaft:

„Verbesserung der schriftlichen und persönlichen Kommunikation zwischen den Weltdiensten und der Gemeinschaft.“

Problemliste (Problemabhandlung siehe Addendum A)

29 Probleme (ohne Prioritäten), auf die sieben Untersuchungskategorien aufgeteilt:

Korrespondenz/direkter WSO-Kontakt:

- #1: Mitglieder wissen nur wenig über die Funktionen/Dienstleistungen der Weltdienste.
- #2: Mitglieder verstehen die Mitteilungen der Weltdienste nur unzureichend.
- #3: Mitglieder wissen häufig nicht genau, wie die Weltdienste zu kontaktieren sind.
- #4: Schwierigkeiten mit dem NAWS Voicemail-System und Frustration über die Rufweiterleitung durch die Zentrale.
- #5: Andere Hindernisse bei der Kontaktaufnahme mit den Weltdiensten: schlechte Erfahrungen seitens der Mitglieder; Gefühle von Angst/ Einschüchterung und/oder Mißtrauen.
- #6: Zusätzliche Schwierigkeiten bei der Kontaktaufnahme mit den Weltdiensten bei nicht US-Mitgliedern.
- #7: Geringer Bekanntheitsgrad der Welttreffen.
- #8: Umfragen sind schwer verständlich und noch schwerer zugänglich.

Internet:

- #9: Im Bereich des Internets erhebt sich die Frage, wie die Kommunikation per Internet angesichts der nicht bekannten und begrenzten Zugangsmöglichkeiten der Mitglieder in die Gesamtstrategie der NA Weltdienste einzuordnen ist.
- #10: Geringe Nutzung/beschränkter Zugang zur Website der Weltdienste (www.na.org).
- #11: Mangelnde Übereinstimmung darüber, welche Funktionen die Website der Weltdienste haben sollte.

Periodisch erscheinende Schriften:

- #12: Notwendigkeit der Überprüfung der Einheitlichkeit des Programms periodisch erscheinender Schriften (einschließlich Zweck/Philosophie und die Funktion(en) des Programms im Allgemeinen sowie jeder Komponente der periodisch erscheinenden Mitteilungen).
- #13: Periodisch erscheinende Mitteilungen gehen möglicherweise am Publikum vorbei im Bezug auf Leserinteressen, Zugänglichkeit, Sprachgebrauch, Länge der Publikation und Detailniveau (oder Komplexität).

- #14: Wissen um die Existenz der periodischen Mitteilungen ist gering und Zugang beschränkt.
- #15: Dienstbezogene Informationen sind zu kompliziert oder uninteressant für NA Mitglieder.
- #16: Geteilte Meinungen hinsichtlich der Verständlichkeit der periodischen Mitteilungen.
- #17: Unzuverlässige oder unvollständige Mailinglisten (Genauigkeit der Datenbank ein Problem).
- #18: Bruchstückhafte Kommunikation der Weltdienste, gefiltert durch die Ebenen der Dienststruktur—von der Region zum Gebiet zu den Gruppen zu den NA Mitgliedern.

Der Conference Agenda Report

- #19: Mangelndes Wissen von der Existenz und/oder Nutzung des CAR.
- #20: Servicethemen im CAR sind zu kompliziert.
- #21: Mangelnde Kenntnis darüber, wie man sich an der weltweiten Diskussion in der Gemeinschaft beteiligen kann.
- #22: Sehr breites Spektrum von Themen, welche die Mitglieder weltweit diskutieren wollen.

Produkte und Dienstleistungen:

- #23: Die große Zahl neuer Literaturposten und Produkte, die Fokusgruppenteilnehmer gerne entwickelt haben möchten.
- #24: Große Zahl von Literaturposten für "besondere Bedürfnisse", welche die Teilnehmer an den Fokusgruppen gerne hätten.
- #25: Einige Produkte und Dienstleistungen sind veraltet.

Übersetzungen:

- #26: Die Gemeinschaften, die nicht direkt am Übersetzungsprozeß beteiligt sind, verstehen nicht, mit welchen Bedingungen und Problemen solche Gemeinschaften konfrontiert sind, die ihre Übersetzungen mit Hilfe der Weltdienste anfertigen.

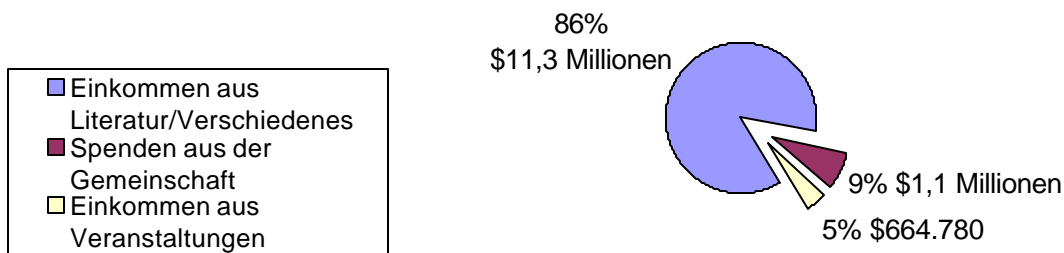
Experiment der Weltweite Workshops:

- #27: Mangelnde Klarheit im Hinblick auf den Sinn und Zweck der weltweit experimentell durchgeführten Workshops
- #28: Fehlender Konsens wie häufig die weltweiten Workshops stattfinden sollen.
- #29: Kaum Wissen über den Hintergrund der begrenzten Ressourcen der Weltdienste.

Ein Bild von den NAWS Ressourcen heute :

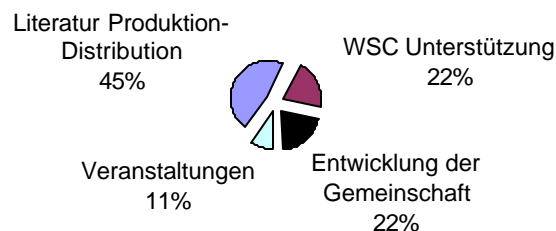
Die Weltdienste von NA haben jetzt ein zweijähriges konsolidiertes Haushaltssystem, bekannt unter dem Namen Unified Budget. Das Unified Budget faßt nun unter einem einzigen Haushaltsplan das zusammen, was früher in drei separate Budgets, nämlich für das Weltdienstbüro, die World Convention Corporation und die Weltdienstkonferenz aufgeteilt war. Der Haushalt ist nunmehr an den zweijährigen Konferenzzyklus angepaßt und umfaßt die Periode von 1. Juli 2000 bis 20. Juni 2002. Die Weltdienstkonferenz 2000 genehmigte das Unified Budget für 200-2002. Darin sind ein Gesamteinkommen von \$13.082.204 und Ausgaben von insgesamt \$12.609.928 veranschlagt (die Überschüsse werden auf \$472.276 projiziert).

Woher das Geld kommt (2000-2002):



Woraus ergibt sich das auf \$13.082.204 veranschlagte Einkommen? Es gibt drei Haupteinnahmequellen. Die Größte (86%) ist der Verkauf von Genesungsliteratur und anderen Produkten. Aus dieser Quelle erwartet man Einkünfte von \$11.291.502, nach Abzug verschiedener Kosten (darunter fallen Zinsen, Einkünfte aus Versand sowie Verkaufsrabatte und -vergünstigungen und Entwicklungssubventionen). Die zweitgrößte Einnahmequelle sind die Spenden aus der Gemeinschaft (9%). Es wird erwartet, daß die Spenden aus der Gemeinschaft in dieser Periode einen Betrag von \$1.125.923 ausmachen. Die dritte und kleinste Quelle sind die Gewinne aus Veranstaltungen (5%). Das budgetierte Einkommen aus dieser Quelle wurde auf \$664.780 projiziert (darin enthalten sind der Einigkeitstag, die WCNA-28 in Cartagena und die WCNA-29 in Atlanta).

Wohin euer Geld fließt (2000-2002):



Die veranschlagten Ausgaben von \$12.609.928 werden im Haushaltsplan in vier Hauptkategorien unterteilt: (1) Literaturproduktion und -Verteilung (45%); (2) Ausgaben für die Weltdienstkonferenz (22%); (3) Entwicklung der Gemeinschaft (22%); und (4) Veranstaltungen (11%).