

Chance Kirchenberufe

Abendweg 1, 6000 Luzern 6 | info@chance-kirchenberufe.ch | Tel. 041 419 48 39

Chance Kirchenberufe Kampagnenbericht 2022



Die Kampagne zeigt Wirkung! Das Wichtigste auf einen Blick

Die Kampagne setzt auch 2022 auf **zwei Video-Formate**: «**Jetzt mal Klartext**» setzt einen provokativ-frechen Akzent. Die bei beiden prominenten Komiker/innen und Influencer/innen **Renato Kaiser** und **Lisa Christ** befragen Seelsorgende über ihren Werdegang, ihre Berufung und ihren Berufsalltag. «**Werde...-Profi**» rückt das Wirken von Seelsorgenden ins Zentrum und zeigt Menschen, die über ihre berührenden Erlebnisse mit diesen erzählen. Alle Videos sind auf dem YouTube-Kanal von Chance Kirchenberufe zu finden.

Das «Werde-Profi»-Video mit **Matea**, die dank ihrem Firmbegleiter den Mut fasste, zu sich zu stehen, wurde über **90'000 Mal** angeschaut.



2022 wurden die verschiedenen Videos auf Facebook, Instagram, YouTube über **1.4 Mio.** Mal angeschaut. Das führt zu einer deutlichen Steigerung der **Klickrate** und Anzahl **Kontaktnahmen** und zeigt, dass die Inhalte bei der Zielgruppe auf Interesse stossen.

Die Beratungsanfragen sind 2022 um **50%** gestiegen. Insgesamt führte die IKB **145 Beratungen** durch.

Top 3 Berufe in der Beratung:
Seelsorger/in
Katechet/in
Sozialarbeiter/in



Die Beratungsanfragen stammen aus der ganzen Schweiz und auch aus Deutschland sowie Österreich. Am meisten Anfragen kommen aus dem Kanton **Zürich** – gefolgt von den Kantonen **Basel-Stadt/Basel-Landschaft, Aargau** und **Luzern**.

Vom Reiz, für die Kirche zu arbeiten

Die Kampagne «Chance Kirchenberufe» will Voreingenommenheiten gegenüber einer beruflichen Laufbahn in der katholischen Kirche entgegenwirken – insbesondere bei Jugendlichen. Dabei geht sie kreative Wege.

Andreas Fässler

«Wir wollen Menschen für die Berufe in der katholischen Kirche begeistern.» Das Ziel der Kampagne «Chance Kirchenberufe» und somit der Auftrag an sich selbst sind simpel – und doch ambitioniert. Heutzutage ergreifen nur wenige junge Menschen eine berufliche Laufbahn innerhalb der katholischen Kirche. Die Gründe sind mannigfaltig: Die Jugend hält das Berufsfeld für verstaubt, langweilig, weiblich, ohne Perspektiven, oder es ist einfach abendlich, für die Kirche tätig zu sein.

Genaus solchen und ähnlichen Voreingenommenheiten will diese Kampagne, welche vom Luzerner Verein Information für kirchliche Berufe (IKB) getragen wird, entgegenwirken. Denn man habe die Erfahrung gemacht, dass viele junge Menschen gar nicht wüssten, welche Berufe- und Entwicklungsmöglichkeiten die katholische Kirche bietet – vielseitige, sinnstiftende. «Um dies zu ändern, wollen wir



Nein, eine Beichte ist es nicht, hier wird «Klartext» gesprochen. Kabarettist Renato Kaiser im Austausch mit der Luzerner Seelsorgerin Fabienne Eichmann.

kommt und einräumt, dass sie immer mal wieder gefragt werde, warum sie denn für die Kirche arbeite – und das mittlerweile seit über 20 Jahren. «Ich möchte mich in der Institution persönlich engagieren und die weibliche Stimme, Sichtweise und auch weibliche Gottesbilder wachhalten. Und eine Sprache sprechen, die geschlechtersensibel ist.» Die Ungleichheit der Geschlechter lasse sich nicht wappeln. «Auch in diesem Reichstuhl nicht. Die ist da, und das schmerzt mich.»

Videobeiträge auf Youtube

Das Gespräch führt weiter über unterschiedliche Themen, auch die Schattenseiten des Berufs kommen zur Sprache. Fabienne Eichmann, die bis Sommer 2022 Pfarrseelsorgerin bei der Katholischen Kirche der Stadt Luzern war und nun die katholische Behindertenseelsorge des Kantons Luzern leitet, plantert mit Renato Kaiser weiter frank und frei aus dem Nähkästchen

Chance Kirchenberuf war an **Bildungsmessen** in Basel, Zürich, St. Gallen und Luzern vertreten. Die Luzerner Zeitung berichtet anschliessend prominent über die Kampagne (siehe Foto oben).

Wirkung erzielt die Kampagne nur, wenn sie von den kirchlichen Akteurinnen und Akteuren mitgetragen wird. Diese werden laufend informiert und erhalten Bild-, Text- und Werbematerial, um selbst **Medienarbeit** zu leisten oder um auf die Kampagne aufmerksam zu machen – wie zum Beispiel das Priesterseminar Chur (siehe Foto links).

Detaillierte Informationen zur neuen Kampagne

Die neue Kampagne von Chance Kirchenberufe ist 2021 gestartet. Auch 2022 setzt die Strategie klare Schwerpunkte, um die begrenzten Kampagnenmittel möglichst wirkungsvoll einzusetzen:

- 1 Der Fokus liegt auf **Berufsleuten und jungen Akademiker/innen zwischen 20 und 35 Jahren**, die sich beruflich neu orientieren wollen. Die Umfrage bei Studierenden von 2019 zeigt, dass beispielsweise das Theologiestudium für die meisten eine Zweitausbildung ist.
- 2 Der Fokus liegt bei den **digitalen Kanälen**. Hier lassen sich die Hauptzielgruppen bedeutend präziser identifizieren und ansprechen als auf anderen Kanälen. So wird ein Streuverlust vermieden. Das bedeutet: Die Hauptzielgruppen werden mit digitaler Werbung via Facebook, Instagram, YouTube und neu Teads (Push) sowie Google (Pull) angesprochen.
- 3 Die Kampagne setzt bei der Basis an: Seelsorgende vermitteln ein glaubwürdiges positives Bild ihres beruflichen Wirkens. Sie spricht die Zielgruppen bewusst auf unterschiedlichen Ebenen an. Dazu setzt sie auf die zwei Geschichtenformate **«Jetzt mal Klartext»** und **«Werde...-Profi»**.

*Teads ist eine digitale Werbepattform, die Video- und Display-Werbung in ausgewählten Online-Newsportalen platziert – zum Beispiel in der NZZ, im Tagesanzeiger oder 20 Minuten.

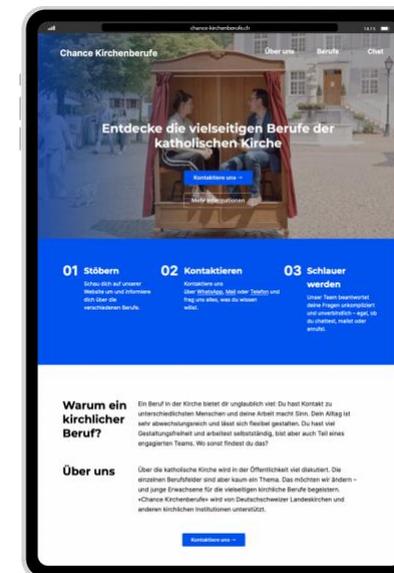


Einer definierten Zielgruppe werden **Videos** angezeigt. Weitere Werbemittel (z.B. via Teads*, siehe Bild oben) werden Personen angezeigt, die bereits einmal auf der Webseite waren oder sich die Videos angeschaut haben (Retargeting).

Im Jahr 2022 laufen zwei Kampagnenwellen: von Februar bis April 2022 und von September 2022 bis Januar 2023. Die wichtigsten Kennzahlen:

- **Impressionen:** Insgesamt wurden **5.6 Mio.** Anzeigen (= Videos, Bilder, anmierte Inhalte) auf Facebook, Instagram, YouTube und Teads ausgeliefert.
- **Video Views:** Die Videos wurden von gut **1.4 Mio. Menschen** via Facebook, Instagram und YouTube angeschaut (mind. 15 Sekunden auf Facebook/Instagram, mind. 30 Sekunden auf YouTube).
- **Klicks:** Insgesamt haben **38'324 Personen** die **Videos angeklickt**.
- **Klickrate:** Die bis anhin gute Klickrate stieg deutlich von **0.48%** (Frühlingswelle) auf **0.91%** (Herbstwelle), wobei die **Kosten pro Klick** von 1 auf 0.9 Franken sanken.
- **Website:** Die Website und Landingpage wurde während den beiden Wellen total **21'860 Mal besucht**.
- **Leads:** Die beiden Kampagnenwellen führten zu **1'892 Kontaktnahmen** (Lead = Klick auf der Website oder der Landingpage auf «WhatsApp», «E-Mail» oder «Telefon»). Die Anzahl Leads steigerte sich von **234** (Frühlingswelle) auf **1658** (Herbstwelle). Die **Kosten pro Lead sanken** deutlich von rund 66 auf 12 Franken.
- **Beratungen:** In den Altersgruppen zwischen **30 und 40 Jahren** sowie **50 und 60 Jahren** werden am meisten Menschen angesprochen. **47% sind Männer, 53% Frauen**.
- **Plattformen:** Am häufigstens wurden die Videos auf **Facebook** und **YouTube** angeschaut.
- **Google Suche:** Über die ganzjährige Bewerbung von Schlüsselwörtern wird Chance Kirchenberufe bei **172'046 Menschen** angezeigt, was zu **13'645 Klicks** führte.

Gut 36'000 neue Nutzerinnen und Nutzer landeten auf der Informationsplattform chance-kirchenberufe.ch. 87% aller Nutzerinnen und Nutzer besuchten die Webseite zum ersten Mal. Insgesamt wurden 121'508 Seitenaufrufe verzeichnet. Am häufigsten aufgerufen wurden die Startseite (21%), die Unterseiten /katechetin (8%), /diakon (6%), sowie ausbildung/einsteigen, /spezielseelsorger/in und /priester (je 5%).



Interessierte werden von den Werbeposts auf eine **Landingpage** mit Basisinformationen und Kontaktmöglichkeiten geleitet.



Wer mehr wissen will, findet auf der **Webseite** Hintergrundinformationen und zusätzliche Kontaktmöglichkeiten.

Bei der IKB melden sich 2022 insgesamt 145 Interessierte für eine Beratung. Das sind 50 Prozent mehr als im Vorjahr (94). Sämtliche Beratungsanfragen kommen über das Kontaktformular der Landingpage oder Website. Die Kampagne zeigt Wirkung!

Die Anfragen stammen von Personen aus der ganzen Schweiz und teilweise auch aus Deutschland und Österreich (8). Der Kantonsvergleich zeigt, dass mit Abstand am meisten Anfragen aus dem Kanton Zürich (24) kommen – gefolgt von den Kantonen Basel-Stadt/Basel-Landschaft (7), Aargau (6) und Luzern (5). Frauen und Männer halten sich zahlenmässig in etwa die Waage.

2022 wird erstmals in einer Online-Befragung die Zufriedenheit mit dem Angebot von Chance Kirchenberufe und die Anschlussfähigkeit in Richtung kirchliche Ausbildung und Beruf ermittelt. Fazit: Rund 40%* fanden nach der Beratung entweder eine passende Ausbildung oder einen Job in der Kirche. Die Rücklaufquote der Befragung betrug 10%.

Begleitkommunikation und interne Verankerung

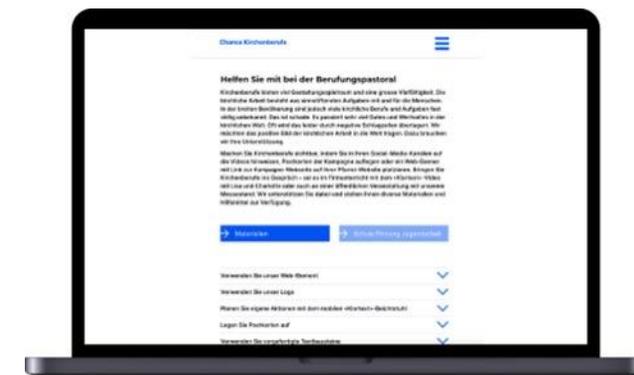
Volle Wirkung kann die Kampagne nur entfalten, wenn sie kirchenintern aktiv mitgetragen wird und sich Seelsorgende sowie andere kirchliche Akteurinnen und Akteure als Botschafterinnen und Multiplikatoren engagieren. Via [Newsletter](#) informiert die Kampagne vier Mal im Jahr Interessierte und mögliche Beteiligte, mit dem IKB-Versand werden die Pfarreien auf die verschiedenen Mitwirkungsmöglichkeiten aufmerksam gemacht, die sich auch mit kleinem Aufwand umsetzen lassen.

Die [Webseite](#) bietet verschiedene Materialien und Leitfäden:

- eine 8-minütige Version eines Klartext-Videos für den Unterricht inkl. Leitfaden und Arbeitsblätter
- Ideen für den Einsatz des Beichtstuhls, der kostenlos zur Verfügung steht
- Postkarte und Kleinplakate, Online-Banner und Textbausteine



Auch **Memes** werden als Werbemittel eingesetzt (siehe Bild oben)



Breit abgestützte Kampagnenorganisation

Vertreter der pastoralen und der staatskirchenrechtlichen Institutionen sowie der Ausbildungsstätten bilden die Steuergruppe der Kampagne:

- Hanspeter Wasmer, Bischofsvikar Bistum Basel (Vorsitz Steuergruppe)
- Alex Mrvik-Emmenegger, Leiter IKB (operativer Kampagnenleiter)
- Fridolin Eberle, Administrationsrat Kath. Konfessionsteil des Kantons St. Gallen
- Raphael Meyer, Synodalrat Kath. Körperschaft Kanton Zürich
- Dominique Prétôt, Kommunikationsverantwortlicher Kath. Landeskirche Basel-Land
- Martin Rohrer, Regens Bistum Chur
- David Wakefield, Studienleiter Religionspädagogisches Institut RPI, Universität Luzern

Martin Rohrer und David Wakefield treten per Ende 2022 aus der Steuergruppe zurück. Teres Graf, Fakultätsmanagerin an der Universität Luzern, tritt die Nachfolge von David Wakefield Anfang 2023 an. Die Nachfolge der Regenten ist noch offen.

Einsatz der Kampagnenmittel

Insgesamt werden im Jahr 2022 knapp 180'000 Franken für die Kampagnen-Aktivitäten aufgewendet. Rund 20% davon fliessen in den Aufbau der Kampagne und die Produktion der Videos. In den Ausbau und die laufende Bewirtschaftung der Website, der Landingpages und Social-Media-Kanäle sowie der Online-Werbung gehen 46%. 18% werden für die Öffentlichkeits- und Medienarbeit sowie 15% für die kircheninterne Verankerung und die Gesamtkoordination der Kampagne aufgewendet.

Wichtige Akzente in einem spannungsvollen Umfeld

Loht es sich, für kirchliche Berufe zu werben? In einem so spannungsgeladenen Umfeld – so die kritischen Stimmen – gehen die Bemühungen in den Negativschlagzeilen unter. Hinzu kommen Anstellungsbedingungen,

**Ein grosser Dank
gilt den beteiligten
Seelsorgerinnen
und Seelsorgern!**

die ein wenig attraktives Image der Kirche als Arbeitgeberin vermitteln. Wie soll es da gelingen, junge Menschen für den Weg zu einem kirchlichen Beruf zu gewinnen?

Dem entgegen steht die Tatsache, dass vielen Menschen, auch kirchenaffinen, nicht bewusst ist, wie viele verschiedene Berufsmöglichkeiten die katholische Kirche bietet und was sie besonders macht. Die nach wie vor tiefen Zahlen an Studierenden zeigen unmissverständlich, wie wichtig es ist, **verstärkt Werbung für kirchliche Berufe zu machen**. Das verdeutlicht auch die Mosaikstudie des Religionspädagogischen Instituts RPI der Universität Luzern von 2021. Diese belegt, dass die Zahl kirchenaffiner Menschen in der Schweiz noch stärker abgenommen hat als bisher vermutet.

Eine weitere Tatsache ist, dass viele Interessierte an den Rahmenbedingungen des heutigen Bildungswegs scheitern. Allem voran steht die fehlende Möglichkeit, das Studium in machbarer Zeit berufsbegleitend zu absolvieren. Ohne grosses finanzielles Polster ist das (Zweit-)Studium nicht zu bewältigen – an Unterstützungsmöglichkeiten fehlt es in weiten Teilen der Schweiz bzw. sind diese weder bekannt noch leicht zugänglich. Eine weitere Hürde bei der Ausbildung bildet die fehlende Alternative zum rein akademischen Weg für Anwärtnerinnen und Anwärtler in der Seelsorge.

Als kurzfristige Massnahme hat sich die Steuergruppe zum Ziel gesetzt, einen **Überblick über die bestehenden Finanzierungshilfen** in der Deutschschweiz zusammenzustellen. Die Umfrage bei den pastoralen und staatskirchenrechenrechtlichen sowie weiteren Institutionen wird 2022 abgeschlossen und im Laufe des 2023 zur Verfügung gestellt.

Zudem laufen sowohl bei der DOK als auch im Austausch zwischen Vertreter/innen der Diözesen und der theologischen Fakultäten Bestreben, die **heutigen Studiengänge weiterzuentwickeln und zu ergänzen, um mehr Interessierten den Zugang zum Bildungsweg zu ermöglichen**. Die Steuergruppe wirkt aktiv darauf hin, dass möglichst zeitnah ein Quereinsteiger-Modell beworben werden kann.

Zur Kampagne

Bei konstant tiefen Abschlusszahlen in Theologie und Religionspädagogik ist die Personalsuche für die katholische Kirche eine dringliche Schlüsselaufgabe. Die Kampagne «Chance Kirchenberufe» will:

- die Vielfalt der Berufsbilder der katholischen Kirche bekannt machen – der Fokus liegt weiterhin bei Seelsorge-Berufen, wo der Personalmangel am grössten ist (Pastoralassistent/in bzw. Pfarreiseelsorgende, Priester, Religionspädagoge/in, Spezialseelsorger/in, Jugendseelsorger/in) –,
- zu mehr Anfragen bei der Information kirchliche Berufe (IKB) und den Ausbildungsstätten – und damit zu mehr Studierenden führen,
- dazu beitragen, dass mittelfristig mehr kirchliches Personal gewonnen wird,
- einen Beitrag zur positiven Wahrnehmung der katholischen Kirche in der Schweiz leisten.

Chance Kirchenberufe versteht sich als Beitrag zur Steigerung des Bewusstseins für die ständige Nachwuchsförderung und die Bündelung der Kräfte innerhalb der Kirche. Bestenfalls trägt die Kampagne dazu bei, die notwendigen Grundlagen zu schaffen, um diese Schlüsselaufgabe auf lange Sicht als gemeinsames Vorhaben wahrzunehmen.

Initiantin ist die Deutschschweizerische Ordinarienkonferenz (DOK). Die Leitung liegt bei der Fachstelle Information Kirchliche Berufe (IKB). Eine Trägerschaft aus heute 18 kantonalkirchlichen Organisationen sowie den theologischen Hochschulen unterstützt die Kampagne ideell und finanziell.

Mitfinanzierende Kantonalkirchen und kirchliche Institutionen

Unterdessen wird die Kampagne getragen von fast allen staatskirchenrechtlichen Körperschaften der Deutschschweiz, den theologischen Ausbildungsstätten und weiteren kirchlichen Organisationen.

Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Aargau
Katholische Kirchgemeinden des Kantons Appenzell Innerrhoden
Verband römisch-katholischer Kirchgemeinden des Kantons Appenzell Ausserrhoden
Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Bern
Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Basel-Landschaft
Römisch-Katholische Landeskirche Basel-Stadt
Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Graubünden
Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Luzern
Verband der römisch-katholischen Kirchgemeinden des Kantons Obwalden
Katholischer Konfessionsteil des Kantons St. Gallen
Römisch-Katholische Kantonalkirche Schwyz
Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Schaffhausen
Römisch-Katholische Synode des Kantons Solothurn
Bischöfliches Ordinariat Solothurn
Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Thurgau
Römisch-Katholische Landeskirche Uri
Vereinigung der Katholischen Kirchgemeinden des Kantons Zug
Katholische Kirche im Kanton Zürich
Theologische Fakultät der Universität Fribourg
Theologische Fakultät der Universität Luzern
Sowie einzelne Pfarreien

**Ganz herzlichen
Dank für die
Unterstützung!**