

Chance Kirchenberufe

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

Chance Kirchenberufe Kampagnenbericht 2025



***Meine Karriereleiter
bei Kirchenberufen***

Das Wichtigste auf einen Blick

Auf der Website und auf Social Media geben die **Botschafter/-innen** von Chance Kirchenberufe den verschiedenen Berufsbildern der katholischen Kirche nahbare, moderne und sympathische Gesichter.

2025 sind sechs **neue Porträts** veröffentlicht worden. Danke Sakristan Hans, Spezialseelsorgerin Fabienne, Katechetin Katja, Sozialarbeiter Nathaniel (Bild rechts) und Seelsorgerinnen Marianne und Charlotte für den Einblick!



Auf Instagram gibt das Format «**Ein Tag mit ...**» durch Live-Impressionen und Videos einen Einblick in den abwechslungsreichen Berufsalltag der Botschafter/-innen. Die **Story** mit Priester Ivan wurde 2025 **über 1200 mal angeschaut** und ist auf dem [Instagram-Account](#) von Chance Kirchenberufe zu finden.



Für viele Kirchenberufe bildet das **Theologiestudium** die Grundlage. Auf **Instagram** hat Chance Kirchenberufe deshalb zusammen mit den Theologischen Fakultäten der Universitäten Freiburg und Luzern sowie der Theologischen Hochschule Chur erklärt, was das Studium beinhaltet und wie es danach beruflich weitergehen kann.



«Man wählt das **Theologiestudium** nicht aus – es ist die Theologie, die uns auswählt.»

– Florence

Die **Collab-Beiträge** (Bild links und oben) erhielten jeweils zwischen **26 und 49 Likes/Kommentare** und wurden durchschnittlich **1700 bis 2500 mal angeschaut** – dank der Collab-Funktion von überdurchschnittlich vielen Nicht-Followern (60 bis 73%) der Kampagne.

Die Beratungsanfragen stammten aus der ganzen Schweiz. Am meisten Anfragen kamen aus dem Kanton **Zürich** – gefolgt von den Kantonen **St. Gallen** und **Luzern**.

2025 führte die IKB insgesamt **139 Beratungen** durch.

Top 3 Berufe in der Beratung:
Seelsorger/-in
Spezialseelsorger/-in
Diakonie

Informationen zur Kampagne

Die Kampagne von Chance Kirchenberufe setzt auch 2025 klare Schwerpunkte, um die begrenzten Kampagnenmittel möglichst wirkungsvoll einzusetzen:

- 1** Angesprochen werden **Berufsleute und junge Akademiker/-innen zwischen 20 und 35 Jahren**, die sich beruflich neu orientieren wollen. Die Umfrage bei Studierenden von 2019 zeigt, dass das Theologiestudium für die meisten eine Zweitausbildung ist. Die Beratungsgespräche der IKB bestätigen, dass dies immer noch der Fall ist: Die an einem Kirchenberuf Interessierten sind meist bereits im Berufsleben verankert und suchen neue berufliche Herausforderung in der Kirche.
- 2** Der Fokus liegt auf den **digitalen Kanälen**. Die Hauptzielgruppen werden mit digitaler Werbung via Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn und Teads (Push) sowie Google (Pull) angesprochen. Auf diese Weise lassen sich die Anzusprechenden präziser identifizieren als auf analogem Weg – wie beispielsweise mit Plakaten im öffentlichen Raum. Ein Streuverlust lässt sich so vermeiden.
- 3** Die Kampagne **setzt bei der Basis an**: Seelsorgende vermitteln ein glaubwürdiges und positives Bild ihres beruflichen Wirkens. Die Kampagne spricht die Zielgruppen bewusst auf unterschiedlichen Ebenen an. Dazu setzt sie weiterhin auf zwei Geschichtenformate: «**Noch Fragen**» und «**Im Alltag**».

2025 sind zwei neue Werbe-Videos mit Seelsorgerinnen entstanden. Im Format «Noch Fragen» steht **Charlotte** (Bild rechts) Rede und Antwort. Ergänzend dazu zeigt der sehr persönliche Einblick in **Ramonas** Alltag (Bilder unten), wie sich Kirchenberuf und Familie vereinbaren lassen.



Interessierte werden über die Werbeinhalte auf eine **Landingpage** mit Basisinformationen und Kontaktmöglichkeiten geleitet.



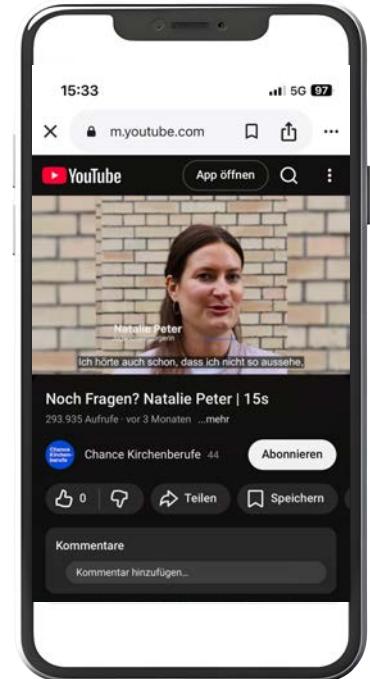
Charlotte erklärt, **warum** sie für die **Kirche** tätig und wie sie den Sprung vom Tauf- zum Trauergespräch meistert.

2025 startet eine erste Kampagnenwelle im Winter und eine zweite neu im Sommer. Die Winterwelle lief von Dezember 2024 bis Februar 2025 und die Sommerwelle von Juli bis September 2025.

Die wichtigsten Kennzahlen aus den beiden **Kampagnenwellen**:

- **Impressionen:** Insgesamt wurden rund **5.5 Mio.** Anzeigen (= Videos, Bilder, anmierte Inhalte) auf Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, Teads und Google ausgeliefert.
- **Video Views:** Die Videos wurden dabei von **788'532 Menschen** via Facebook, Instagram und YouTube angeschaut (mind. 15 Sekunden auf Facebook/Instagram, mind. 30 Sekunden auf YouTube).
- **Klicks:** Insgesamt haben **40'532 Personen** die **Videos angeklickt**. Die Kosten pro Klick betrugen durchschnittlich **Fr. 0.98**.
- **Website:** Die Website und Landingpage wurden während den beiden Wellen total **35'211 mal besucht**. Die Kosten pro Besuch betrugen durchschnittlich **Fr. 3.76**.
- **Leads:** Die beiden Kampagnenwellen führten zu **2823 Kontaktaufnahmen** (Lead = Klick auf «WhatsApp», «E-Mail» oder «Telefon» auf der Landingpage oder der Website).
- **Zielgruppe:** In der Altersgruppe zwischen **40 und 50 Jahren** reagierten am meisten Menschen auf die Inhalte.
- **Plattformen:** **YouTube** generierte die meisten und günstigsten Impressionen. **Facebook** und **Instagram** generierten die meisten Website-Besuche.

Wegen der Veränderung von Kampagnenrhythmus und -dauer lassen sich die Zahlen nicht mit dem Vorjahr vergleichen. Die **Auswertung der beiden Wellen im Jahr 2025** zeigt aber, dass die Werbung besonders über Weihnachten und Neujahr grosse Wirkung erzielte. Während dieser ersten, kürzeren Welle sind viele Menschen empfänglich für Inhalte zur beruflichen Weiterentwicklung und Neuorientierung und schauen folglich die Videos ein erstes Mal an. In der zweiten, längere Kampagnenwelle sehen die Personen die Videos im Sommer mit etwas Abstand erneut («Retargeting»). Im Vergleich zum Winter wurden sogar mehr Website-Besuche und Leads gezählt. Daraus ergeben sich die gewünschten Beratungsfragen bei der IKB (siehe nächste Seite).



Weil die Kampagne mit **Video-Inhalten** wirbt, werden am meisten Impressionen (= Reichweite) auf **YouTube** generiert. Deshalb lohnt es sich, regelmässig neue Videos zu produzieren, zum Beispiel von Jugendseelsorgerin Natalie (Bild oben).

Beratungsanfragen bei der IKB

Bei der IKB meldeten sich **2025** insgesamt **139 Interessierte** für eine Beratung. Die Anfragen bei der IKB stammten von Personen aus der ganzen Schweiz. Der Kantonsvergleich zeigt, dass am meisten Anfragen aus dem **Kanton Zürich** kamen – gefolgt von den **Kantonen St. Gallen und Luzern**.

Die gezielte Werbung auf Social Media führt dazu, dass die IKB laufend Beratungsanfragen via Kontaktformular der Landingpage oder Website erhält. Das zeigt die Beratungsstatistik der IKB aus den ersten fünf Jahre der digitalen Kampagne:

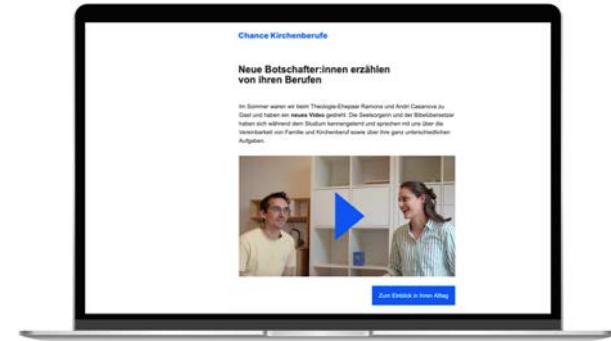
- **2021:** 94 Anfragen (nur 1 Kampagnenwelle)
- **2022:** 145 Anfragen
- **2023:** 94 Anfragen (nur 1 Kampagnenwelle)
- **2024:** 125 Anfragen

Die Beratungsanfragen waren bis 2023 steigend. Wegen der Publikation der Missbrauchsstudie wurde im 2023 nur eine Kampagnenwelle durchgeführt und die Anzahl Beratungen ging zurück. Inzwischen ist die Anzahl Beratungsanfragen wieder angestiegen. Seit der Lancierung der digitalen Kampagne sind Sie Anfragen markant gestiegenen. Das zeigt, dass es sich lohnt, auf die digitalen Kanäle zu fokussieren, und dass die eingeschlagene Strategie von Chance Kirchenberufe aufgeht.

Begleitkommunikation und interne Verankerung

Via Newsletter informiert Chance Kirchenberufe Interessierte über den Verlauf der Kampagne und die neuen Botschafter/-innen. Die durchschnittliche Öffnungsrate des Newsletters ist seit Jahren konstant und beträgt **2025** erfreuliche **47%**.

Mit dem **IKB-Versand** werden die Pfarreien auf die verschiedenen Mitwirkungsmöglichkeiten aufmerksam gemacht. Auf der Webseite sind ergänzende Hintergrundinformationen zu den Berufen sowie Textbausteine zu finden. **Neu** sind auch wieder **Plakate** von Botschafter/-innen aus allen Bistümern als PDF erhältlich.



Die **Klickrate** auf einzelne Beiträge im **Newsletter**, zum Beispiel auf neue Videos oder Porträts auf der Website, beträgt überdurchschnittliche **14%**.



Das Download-Angebot auf der **Website** ist 2025 mit **neuen Plakaten** ergänzt worden, die selbst ausgedruckt werden können.

Breit abgestützte Kampagnenorganisation

Vertreter/-innen 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)
- Rolf Allenspach, Administrationsrat Kath. Konfessionsteil des Kantons St. Gallen
- Martina Kumli, Kommunikation Theologische Fakultät, Universität Luzern
- Martin Rusch Regensamt Bistum St. Gallen (MR)
- Susanne Salvi, Kommunikationsverantwortliche der Kath. Landeskirche Basel-Land
- Petra Zermin, Synodalrätin Kath. Körperschaft Kanton Zürich

Einsatz der Kampagnenmittel

Insgesamt wurden im Jahr 2025 rund **185'000 Franken** für die Kampagnen-Aktivitäten aufgewendet. Rund **17%** (2024: 13%) davon flossen in den Aufbau der Kampagne und die Produktion der neuen Videos. In den Ausbau und die laufende Bewirtschaftung der Website, der Landingpages und Social-Media-Kanäle sowie der Online-Werbung gingen **63%** (2024: 65%). **10%** (2024: 10%) wurden für die Öffentlichkeits- und Medienarbeit sowie **10%** (2024: 12%) für die kircheninterne Verankerung und die Gesamtkoordination der Kampagne aufgewendet.

Ein grosser Dank gilt den beteiligten Seelsorgerinnen und Seelsorgern!

Wichtige Akzente in einem spannungsvollen Umfeld

Die katholische Kirche in der Schweiz steht vor **grossen Herausforderungen**: ansteigende Austrittszahlen und eine stark alternde Personalstruktur führen zu einem langfristig **absehbaren Nachwuchsbedarf**. Gleichzeitig prägt die Pilotstudie «Sexueller Missbrauch im Umfeld der katholischen Kirche in der Schweiz» die negative öffentliche Wahrnehmung. Neben der notwendigen Aufarbeitung muss auch das grosse **Engagement der Menschen in Kirchenberufen** sichtbar werden. Chance Kirchenberufe leistet hierzu einen wichtigen Beitrag, indem die Kampagne **authentische Einblicke in die kirchliche Arbeit** vermittelt.

Trotz erfreulich stabilen Zahlen im Theologiestudium führt dieses **Interesse** nicht automatisch zu neuen Mitarbeitenden in kirchlichen Berufen. Viele Interessierte scheitern an unzureichenden berufsbegleitenden Studienmöglichkeiten, finanziellen **Hürden** und wenig sichtbaren Unterstützungsangeboten. Die Kampagne übernimmt hier eine zentrale **Orientierungsfunktion**, indem sie für Interessierte **relevante Informationen** bündelt und eine **persönliche Beratung** anbietet.

Gleichzeitig entstehen **neue Chancen**: Ab 2026 wird ein zusätzlicher Ausbildungsweg für Absolvierende mit ForModula-Fachausweis möglich. 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**. Damit diese Entwicklungen Wirkung entfalten, braucht es eine starke kommunikative Begleitung. Neue Bildungswege können nur genutzt werden, wenn sie bekannt sind.

In einer zunehmend säkularen Gesellschaft, in der kirchliche Berufsbilder im Alltag kaum mehr präsent sind, leistet die Kampagne einen unverzichtbaren **Beitrag zur Nachwuchssicherung**. Sie erreicht Interessierte frühzeitig, stärkt die Wahrnehmung kirchlicher Berufe als sinnstiftende Tätigkeiten und trägt dazu bei, langfristig personelle Ressourcen für die Seelsorge zu sichern.

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 bei Seelsorge-Berufen**, wo der Personalmangel am grössten ist (Pastoralassistent/-in bzw. Pfarreiseelsorgende, Priester, Spezialseelsorgende, Jugendseelsorgende, Religionspädagoge/-pädagogin).
- 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 kantonalkirchlichen Organisationen sowie den theologischen Hochschulen unterstützt die Kampagne ideell und finanziell.

Mitfinanzierende Kantonalkirchen und kirchliche Institutionen

Getragen wird die Kampagne von fast allen staatskirchenrechtlichen Körperschaften der Deutschschweiz, den theologischen Ausbildungsstätten, weiteren kirchlichen Organisationen und einzelnen Pfarreien.

- Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Aargau
- Verband römisch-katholischer Kirchgemeinden des Kantons Appenzell Ausserrhoden
- Katholische Kirchgemeinden des Kantons Appenzell Innerrhoden
- Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Basel-Landschaft
- Römisch-Katholische Landeskirche Basel-Stadt
- Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Bern
- Katholischer Kirchenrat des Kantons Glarus
- Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Graubünden
- Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Luzern
- Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Nidwalden
- Verband der römisch-katholischen Kirchgemeinden des Kantons Obwalden
- Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Schaffhausen
- Römisch-Katholische Kantonalkirche Schwyz
- Römisch-Katholische Synode des Kantons Solothurn
- Katholischer Konfessionsteil des Kantons St. Gallen
- Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Thurgau
- Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Uri
- Römisch-Katholische Körperschaft des Kantons Zürich
- Vereinigung der Katholischen Kirchgemeinden des Kantons Zug
- Theologische Fakultät der Universität Fribourg

**Herzlichen Dank für
die Unterstützung!**