Chance Kirchenberufe

Kampagnenbericht 2024



«In der **kirchlichen Sozialarbeit** können wir uns Zeit nehmen für die Menschen und individuelle Lösungen finden.»

Ronya Jörg, Sozialarbeiterin

Impressum

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

Inhalt

Das Wichtigste auf einen Blick 4

Informationen zur Kampagne 2024 6

Beratungsanfragen bei der IKB 8

Begleitkommunikation und interne Verankerung 8

Breit abgestützte Kampagnenorganisation 9

Einsatz der Kampagnenmittel 9

Wichtige Akzente in einem spannungsvollen Umfeld 10

Zur Kampagne 11

Mitfinanzierende Kantonalkirchen und kirchliche Institutionen 12

Das Wichtigste auf einen Blick

Die Kampagne setzt auf ***zwei Video-Formate***:

«Im Alltag» schauen wir Gassenseelsorger Valentin und Pfarreiseelsorgerin Carole bei der Arbeit über die Schulter.

In ***«Noch Fragen»*** nehmen Valentin und Carole sowie die Jugendseelsorgerin Natalie, der Priester Ivan (Bild links) und die Spitalseelsorgerin Pia kein Blatt vor den Mund. Sie alle erzählen von ihren Erfahrungen im Beruf.

Sämtliche Videos sind auf dem YouTube-Kanal von Chance Kirchenberufe zu finden.

Kurzvideos aus der Videokampagne sorgen als kurze Reels für mehr Bewegtbild-Inhalte auf Instagram. Das beliebteste ***Reel*** mit Priester Ivan wurde (organisch) über ***7'000 Mal*** angeschaut.

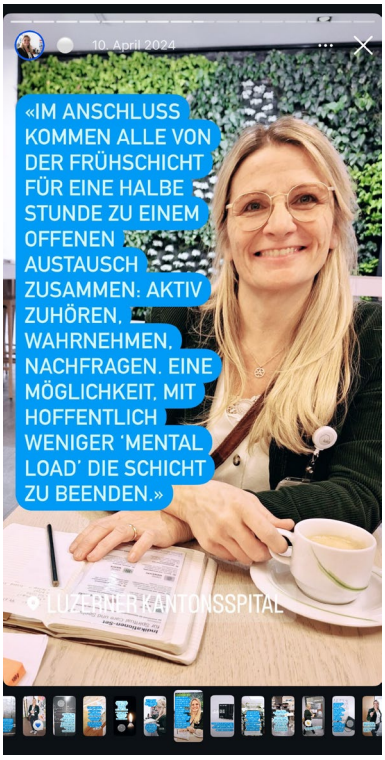




Die ***Botschafter/-innen*** von Chance Kirchenberufe geben den verschiedenen Berufsbildern der katholischen Kirche nahbare, moderne und sympathische Gesichter.

Neu hinzugekommen sind 2024 die Sakristaninnen Christine und Magdalena, die Armeeseelsorgerin Lisa (Bild links), Sozialarbeiterin Ronya und Spitalseelsorgerin Pia (Bild rechts).

Auf Instagram gibt das Format ***«Ein Tag mit …»*** durch Live-Impressionen und Videos einen Einblick in den Berufsalltag der Spitalseelsorgerin Pia Brüniger-von Moos. Der ganze dokumentierte Tag ist in den Story-Highlights auf dem Instagram-Account von Chance Kirchenberufe zu finden.





Top 3 Berufe in der Beratung:

- ***Seelsorger/-in***
- ***Spezialseelsorger/-in***
- ***Religionspädagoge/-pädagogin***

2024 führte die IKB insgesamt ***125 Beratungen*** durch.

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

Informationen zur Kampagne 2024

Die Kampagne von Chance Kirchenberufe setzt auch 2024 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.
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 Hauptzielgruppen 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»**.



Zu einem gelungenen Social Media Auftritt gehören auch lockere und humorvolle **Memes**.



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

Im Jahr 2024 liefen zwei **Kampagnenwellen:** von Dezember 2023 bis Februar 2024 und von März bis Mai 2024.

Die wichtigsten Kennzahlen aus den beiden Kampagnenwelle:

- **Impressionen:** Insgesamt wurden **14.5 Mio.** Anzeigen (= Videos, Bilder, anmierte Inhalte) auf Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, Teads und Google ausgliefert.
- **Video Views:** Die Videos wurden von **2'090'497 Menschen** via Facebook, Instagram und YouTube angeschaut (mind. 15 Sekunden auf Facebook/Instagram, mind. 30 Sekunden auf YouTube).
- **Klicks:** Insgesamt haben **37'408 Personen** die **Videos angeklickt**. Die Kosten pro Klick betrugen durchschnittlich **Fr. 1.91**. Die Kosten pro Klick blieben durchgehend tief – im Vergleich mit den Kampagnenwellen vom Vorjahr.
- **Website:** Die Website und Landingpage wurden während den beiden Wellen total **17'549 Mal besucht**. Die Kosten pro Besuch betrugen durchschnittlich **Fr. 4.53**.
- **Leads:** Die beiden Kampagnenwellen führten zu **2'080 Kontaktaufnahmen** (Lead = Klick auf «WhatsApp», «E-Mail» oder «Telefon» auf der Landingpage oder der Website).
- In der Altersgruppe zwischen **30 und 40 Jahren** reagierten am meisten Menschen auf die Inhalte.
- **Plattformen:** **YouTube** generierte die meisten Impressionen und Website-Besuche. **Facebook** und **Instagram** generierten nach **Google Search** die günstigsten Website-Besuche. **LinkedIn** generierte die meisten und günstigsten Video Views.

Ab 2025 ist eine erste Kampagnenwelle im Winter (Dezember 2024 bis Februar 2025) und eine zweite im Sommer (Juli bis September) vorgesehen. Die Auswertungen der letzten Kampagnenwellen zeigen, dass die Werbung besonders über Weihnachten und Neujahr grosse Wirkung erzielte. In dieser Zeit sind demnach viele Menschen empfänglich für Inhalte zur beruflichen Weiterentwicklung.



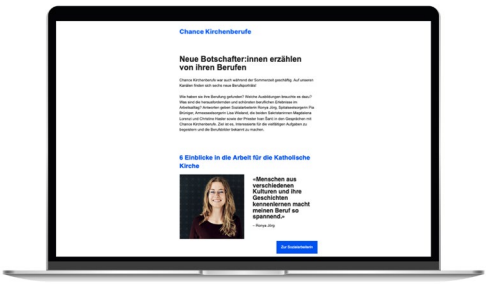
Es zeigt sich: die Inhalte funktionieren sehr gut auf **LinkedIn**. Die Plattform für berufliche Netzwerke eignet sich besonders, um Werbung für Kirchenberufe zu machen.

Beratungsanfragen bei der IKB

Bei der IKB meldeten sich 2024 insgesamt **125 Interessierte** für eine Beratung. Im Vorjahr waren es 94 Beratungen. Grund für die tiefere Anzahl Beratung war die Verschiebung der Kampagne wegen der Publikation der Missbrauchsstudie im Herbst 2023.

Die gezielte Werbung auf Social Media führte dazu, dass die Beratungsanfragen via Kontaktformular der Landingpage oder Website konstant blieben. Das zeigt, dass es sich lohnt, auf die digitalen Kanäle zu fokussieren und die eingeschlagene Strategie von Chance Kirchenberufe aufgeht.

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 Aargau** und **Luzern**.



Die Öffnungsrate des **Newsletters** lag 2024 zwischen sehr erfreulichen 48% und 54%.

Begleitkommunikation und interne Verankerung

Via Newsletter informiert Chance Kirchenberufe Interessierte über den Verlauf der Kampagne und die neuen Botschafter/-innen. Mit dem IKB-Versand werden die Pfarreien auf die verschiedenen Mitwirkungsmöglichkeiten und Aktivitäten der IKB aufmerksam gemacht. Wer mehr wissen will, findet auf der Webseite Hintergrundinformationen zu den Berufen, Artikel und Textbausteine sowie Postkarten und Kleinplakate zum Bestellen.

Als praktisches Geschenk für Firmandinnen und Firmanden, Ministrantinnen und Ministranten, Lernende oder Maturandinnen und Maturanden gibt es seit 2024 ein Sackmesvser im Stil der Kampagne.



Ein Sponsoring der Firma Victorinox ermöglicht die preisgünstige Weitergabe der **Sackmesser**.

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
- Petra Zermin, Synodalrätin Kath. Körperschaft Kanton Zürich
- Dominique Prétôt, Kommunikationsverantwortlicher Kath. Landeskirche Basel-Land
- Martin Rusch Regensamt Bistum St. Gallen (MR)
- Martina Kumli, Kommunikation Theologische Fakultät, Universität Luzern

Dominique Prétôt trat per Ende September 2024 aus der Steuergruppe zurück. Susanne Salvi, Kommunikationsverantwortliche der Kath. Landeskirche Basel-Land tritt seine Nachfolge Anfang 2025 an.

Einsatz der Kampagnenmittel

Insgesamt wurden im Jahr 2024 rund **175'000 Franken** für die Kampagnen-Aktivitäten aufgewendet. Rund **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 **65%**. **10%** wurden für die Öffentlichkeits- und Medienarbeit sowie **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

Nachdem im September 2023 die Studie zum sexuellen Missbrauch in der katholischen Kirche veröffentlicht worden war, stiegen die Austrittszahlen markant. Gerade jetzt ist es wichtig, **Menschen in kirchlichen Berufen zu porträtieren** und so das frische und sympathische Gesicht der katholischen Kirche an der Basis zu vermitteln. In einem so spannungsgeladenen Umfeld sollen die Bemühungen der in einem Kirchenberuf Tätigen nicht in den Negativschlagzeilen untergehen.

Vielen Menschen, auch kirchenaffinen, ist nicht bewusst, 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. Bei der **Ausbildung von Seelsorgenden hat sich inzwischen etwas getan**: Auf Beschluss der Bistumsleitungen in der Deutschschweiz im November 2024 bietet ein neuer Weg ab 2026 auch Chancen für Absolvierende mit Fachausweis von ForModula.

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/-pädagogin, 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, weiteren kirchlichen Organisationen und einzelnen Pfarreien.

- 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
- Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Nidwalden
- 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
- Römisch-Katholische Körperschaft des Kantons Zürich
- Theologische Fakultät der Universität Fribourg
- Theologische Fakultät der Universität Luzern

Herzlichen Dank für die Unterstützung!

Chance Kirchenberufe