

Chance Kirchenberufe Neuausrichtung ab 2020

Antrag zuhanden der mitfinanzierenden Trägerorganisationen

28. Juni 2019

Geht an:

- Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Aargau
- Katholische Kirchgemeinden des Kantons Appenzell-Innerrhoden
- Verband römisch-katholischer Kirchgemeinden des Kantons Appenzell Ausserrhodens
- Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Basel-Landschaft
- Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Graubünden
- Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Luzern
- Katholische Kirche Nidwalden
- Katholischer Konfessionsteil des Kantons St. Gallen
- Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Schaffhausen
- Römisch-Katholische Kantonalkirche Schwyz
- Römisch-katholische Synode des Kantons Solothurn
- Römisch-Katholische Landeskirche des Kantons Thurgau
- Römisch-Katholische Landeskirche Uri
- Vereinigung der Katholischen Kirchgemeinden des Kantons Zug
- Katholische Kirche im Kanton Zürich
- Verband der Römisch-Katholischen Kirchgemeinden der Stadt Zürich
- Theologische Fakultät der Universität Luzern (vertritt die Theol. Hochschule Chur, Theol. Fakultät Universität Fribourg)

Zur Information:

- Deutschschweizer Ordinarienkonferenz DOK
- Römisch Katholische Zentralkonferenz RKZ

Ausgangslage

Seit 2013 wirbt «Chance Kirchenberufe» für kirchliche Berufe in der Deutschschweiz. Ende 2019 läuft die zweite Finanzierungsperiode ab. Am Treffen vom 28. März 2019 haben sich die Trägerorganisationen eine Neuausrichtung des öffentlichen Auftritts gewünscht. Unbestritten war der Bedarf, mit einer öffentlichen Kampagne kirchliche Berufe bekannt zu machen und Interesse zu wecken. Es wurde darum gebeten, mit neuen Ideen auf die Trägerorganisationen zuzukommen, um über die Finanzierung einer Fortsetzung zu entscheiden.

Frischer Wind und frechere, unkonventionellere Ansätze sind gefragt. Dem wird mit einer Neuausschreibung des Kommunikationsmandats und mit der Erweiterung der Steuergruppe Rechnung getragen. Die künftige strukturelle Einbettung wird mit der neuen Steuergruppe definiert.

Die Steuergruppe «Chance Kirchenberufe» erachtet es als wichtig, gerade im Kontext der aktuellen Krisenstimmung der Kirche die gemeinsam von landeskirchlichen Organisationen, DOK und Ausbildungsstätten getragenen Kampagne für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit fortzusetzen und mit dem Anliegen sowohl in der Öffentlichkeit als auch in den kirchlichen Kreisen präsent zu bleiben. Sie kommt dem Wunsch der Trägerorganisationen nach, 2019 für die Neuausrichtung zu nutzen, und legt hiermit einen Antrag für die Fortsetzung vor.

«Chance Kirchenberufe macht in der Öffentlichkeit bewusst, dass wir Mitarbeitende brauchen, und wirbt erfolgreich dafür. Und manchmal braucht es einen Anstoss von aussen, um den Ruf Gottes zu hören. Chance Kirchenberufe gibt genau diesen Anstoss!»

DDr. Felix Gmür, Bischof von Basel und Präsident der Schweizer Bischofskonferenz

Antrag

Um das bisher Erreichte gewinnbringend zu nutzen und zugleich neuen Schwung in die Kampagne zu bringen, werden die bisher beteiligten staatskirchenrechtlichen und pastoralen Organisationen um folgende Zusagen und Unterstützung gebeten:

- Sie sprechen sich grundsätzlich für die weitere Beteiligung an der gemeinsam getragenen Kampagne und die Neuausrichtung von «Chance Kirchenberufe» aus.
- Sie befürworten die Durchführung eines Agenturwettbewerbs Anfang 2020 mit dem Ziel, im Herbst 2020 (spätestens Frühjahr 2021) die neue Kampagne zu lancieren.
- Sie benennen auf Wunsch eine Person, die in der Jury des Agenturwettbewerbs Einsitz nimmt. Zudem weisen sie, sofern von ihnen erwünscht, auf mögliche Kommunikationsagenturen hin.
- Um die erste Kampagnendurchführung zu ermöglichen, sprechen sie für 2020 einen Finanzierungsbeitrag im bisherigen Rahmen aus. Diese Mittel werden ausschliesslich für die neue, gemeinsam jurierte Kampagne eingesetzt. Ziel ist, die Ausschreibung und erste Konkretisierungsarbeiten der Kampagne zu finanzieren. Aufgrund der neuen Kampagne wird der Finanzbedarf ermittelt und im Frühling 2020 ein neuer Antrag gestellt.

Nachfolgend Erläuterungen zu den genannten Punkten, das Programm 2019/2020 und das Übergangsbudget. Wir bitten um eine Stellungnahme bis am 1. Oktober 2019.

Neuausrichtung der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit zu kirchlichen Berufen

Neue Kampagne ab Herbst 2020

- In einem Wettbewerb werden Agenturen eingeladen, neue Ansätze auszuloten und Ideen für eine frische Präsentation kirchlicher Berufe zu präsentieren. Sie sollen unter anderem zeigen: Was wird künftig inhaltlich in den Fokus gerückt? Mit welchen Kernbotschaften und welcher visuellen Umsetzung? Welche Kanäle werden genutzt?
- Die Trägerorganisationen können Agenturen angeben, die zum Wettbewerb eingeladen werden sollen.
- Eine Jury wählt die am besten geeignete Agentur aus. Diese Jury soll aus Vertreter/innen der Trägerorganisationen und pastoralen Institutionen paritätisch zusammengesetzt sein und auch Kommunikationsfachleute der Landeskirchen bzw. Bistümer und junge Seelsorgende einbinden.
- Ziel ist, die Jury im 4. Quartal 2019 zu konstituieren. Ihre Aufgabe wird sein, den Wettbewerb aufzugleisen: Ausschreibungsunterlagen genehmigen, einzuladende Agenturen festlegen.
- Der Agenturwettbewerb soll Anfang 2020 durchgeführt werden. Im Herbst 2020 (spätestens im Frühjahr 2021) soll die neue Kampagne ein erstes Mal sichtbar sein.

«Es braucht die Initiativen vieler Beteiligter, um geeignete Menschen für kirchliche Berufe anzusprechen. Die DOK steht ganz hinter «Chance Kirchenberufe» und schätzt diese Initiative der pastoralen und der staatskirchenrechtlichen Seite als gewichtiges Instrument, um kirchliche Berufe in der Gesellschaft bekannt zu machen.»

Abt Dr. Urban Federer OSB, Benediktinerabtei Einsiedeln

Organisation anpassen

- In der heutigen Steuergruppe sind die pastorale Seite (3 Vertreter: DOK, Regens Bistum Chur, Stellenleiter IKB), die staatskirchenrechtliche Seite (1 Vertreter: Synodalrat ZH) sowie die Ausbildungsstätten (1 Vertreter: theol. Fakultät Uni LU) vertreten. Das Gremium trifft sich 3 bis 4 mal jährlich, Entscheide werden im Konsens gefällt. Dies wird auch für die Fortsetzung als Schlüsselfaktor erachtet. Die Mitglieder der aktuellen Steuergruppe sind bereit, weiterhin mitzuwirken.
- Das Gremium soll um 2 Vertreter/innen von Landeskirchen erweitert werden, um zusätzliche Trägerorganisationen einzubinden. Ob Synodalrat, Personalzuständige oder Kommunikation delegiert wird, liegt im Ermessen der jeweiligen Organisation. Angefragt werden zuerst jene Landeskirchen, welche die grössten Beiträge bezahlen.
- Um Doppelspurigkeiten zur Juryarbeit zu vermeiden, wird die neue Steuergruppe im Verlauf des 2. Quartals 2020 definiert und nimmt im 3. Quartal ihre Arbeit auf.
- Die operative Kampagnenleitung bleibt bei der IKB, da viele IKB-Aufgaben in direktem Zusammenhang mit der Kampagne stehen. Um externe Kampagnenkosten zu reduzieren, werden aber Administrations- und Koordinationsaufgaben zur IKB verlagert.

Finanzierung sicherstellen

- Die Finanzierung der Kampagne ist bis Ende 2019 bereits sichergestellt.
- Für die Entwicklung der neuen Kampagne ist von Vorteil, wenn der künftige Finanzrahmen in groben Zügen bekannt ist. Es wird vorgeschlagen, vom bisherigen Rahmen auszugehen.
- Die DOK hat sich grundsätzlich für die Fortsetzung der Kampagne ausgesprochen. Sie ist bereit, erneut periodisch eine Kollekte aufzunehmen.
- Um die neue Kampagne zu erarbeiten (und die erste Kampagnenwelle durchzuführen), ist ein Startbudget erforderlich. Die Trägerorganisationen werden ersucht, für 2020 einen Beitrag bereitzustellen, der wenn möglich in etwa dem bisherigen entspricht.
- Aufgrund der konkretisierten Kampagne wird die Steuergruppe mit neuen Anträgen an die Trägerorganisationen gelangen, um die Finanzierung ab 2021 sicherzustellen.

Grobbudget 2020 – Reichweite wenn möglich ganze Deutschschweiz

Aufgabengebiet	Fr.
Basisinfomittel, Bewirtschaftung Web und Social Media	50'000
Chancenmobil, Öffentlichkeitsarbeit	20'000
Aufbau neue Kampagne durch gewählte Agentur	70'000
Entschädigung der Agenturen, die Absage erhalten	15'000
Newsletter, Denkgruppe usw., Gesamtsteuerung	25'000
Erste neue Kampagnenwelle	120'000
Total	300'000

Meilensteine

	2019												2020											
	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12					
Versand Antrag	■																							
Stellungnahmen zum Antrag, Kommunikationsagenturen melden, Vertretung in Jury benennen	■	■	■	■																				
Erarbeitung des Entwurfs für die Wettbewerbsunterlagen inkl. Vorgehen (je nach Anzahl gewünschter Agenturen: zweistufig) zuhanden der Jury				■	■	■																		
Erste Jurysitzung						■																		
Fertigstellung der Wettbewerbsunterlagen, Einladung Agenturen							■																	
Durchführung Wettbewerb								■	■															
Entscheid Agentur										■														
Ausarbeitung neue Kampagne											■	■	■	■	■	■	■							
Umsetzung erste Kampagnenwelle																	■							
Entscheidungsgrundlagen für Budgetierung 2021–2024 bereitstellen											■													
Budgetentscheide 2021–2024												■	■	■	■	■	■	■						
Konstituierung neue Steuergruppe														■	■	■								



Trägerorganisationen (kantonalkirchl. Org., DOK)

Chance Kirchenberufe: StG, weitere Beteiligte

beide

Anhang

– Kampagnenprogramm 2019/2020

Anhang: Kampagnenprogramm 2019/2020

Schwerpunkte 2019

1. Anderssprachige Katholik/innen

Die 2018 gestartete Informationsschwerpunkt über die Missionen wird fortgesetzt: Beiträge in Kommunikationskanälen der Missionen, Präsenz an Grossanlässen und Infoabende mit den Missionen. Im Fokus stehen portugiesische, spanische, italienische und kroatische Katholikinnen und Katholiken zwischen 25 und 35 Jahren.

2. Videoaktion

Im April 2019 wurde ein Videowettbewerb lanciert: Er lädt junge Menschen in kirchlichen Kreisen ein, Video-Ideen für die Bewerbung kirchlicher Berufe einzureichen. Die Gewinner/innen kommen in den Genuss einer Videoschulung mit Profis und können ihre Idee realisieren. Diese Videos werden voraussichtlich im Zuge der Herbstkampagne auf Social Media und im ÖV eingesetzt.

Hinzu kommen 2 bis 3 Kürzestvideoclips mit Botschafter/innen von Chance Kirchenberufe. Sie berichten, warum sie – gerade jetzt – für die katholische Kirche arbeiten. Diese Clips werden auf der Website und für die Social-Media-Werbung eingesetzt.

3. Social Media

An Pfingsten treffen sich die portugiesischen und die kroatischen Katholik/innen in Einsiedeln zu traditionellen Wallfahrten in Einsiedeln. Dies wird als Pilot für Facebook-Werbung genutzt: Teilnehmende zwischen 25 und 35 Jahren werden in den Wochen danach auf Facebook gezielt mit einem Videoclip angesprochen und auf die Website geholt.

Erneut wird Chance Kirchenberufe im Herbst einige Wochen mit (Video-)Porträts von Seelsorgenden öffentlich sichtbar sein (Ende Oktober, Anfang November). Die bisherige Präsenz im ÖV wird zugunsten einer starken Präsenz in Sozialen Netzwerken reduziert.

Hinzu kommen die Auftritte des Chancenmobils, die laufende Medienarbeit und Bewirtschaftung der Website und Social-Media-Kanäle, die Präsenz an Grossanlässen, der Newsletter usw.



2020: Übergang bis zum Start neue Kampagne

Bis die erste Welle der neuen Kampagnen im Herbst 2020 läuft, werden die bestehenden Kanäle weiterbewirtschaftet (Website, Social Media, Newsletter). Ob und in welcher Form neue Porträts zum Einsatz kommen, wird mit der neuen Kampagne festgelegt.

Das Chancenmobil bleibt in Aktion und kann von Seelsorgenden und weiteren Interessierten jederzeit gebucht werden.