

Medienmitteilung  
Luzern, 30. Oktober 2024

## Gutes Image der Katholischen Kirche Stadt Luzern bei den Jungen

***Trotz Missbrauchs-Skandal: 75 Prozent der jungen Mitglieder bescheinigen der Katholischen Kirche Stadt Luzern ein gutes, wenn auch ausbaufähiges Image. Die Imagetreiber «offen», «freundschaftlich» und «vielfältig» nehmen sie als gut erfüllt wahr, während Fortschrittlichkeit, Mut und Präsenz im Alltag ungenügend erfüllt sind. Mehr als die Hälfte nimmt die Katholische Kirche Stadt Luzern anders wahr als die Weltkirche. Generelle Veränderungen erachtet ein grosser Teil als notwendig. Dies zeigt eine repräsentative Umfrage bei den 18- bis 39-jährigen Mitgliedern, welche das Meinungsforschungsinstitut TransferPlus im Auftrag der Katholischen Kirche Stadt Luzern durchgeführt hat.***

Die Publikation der Missbrauchsstudie am 12. September 2023 hat die katholische Kirche in ihren Grundfesten erschüttert. Grosse Verunsicherung und Wut machten sich breit. Auch bei den Mitarbeiter:innen der Stadtluzerner Kirchgemeinde, die täglich für die Menschen da sind und sich für eine offene und glaubwürdige Kirche einsetzen.

Die Vermutung drängt sich auf, dass das Image der katholischen Kirche auch in Luzern arg gelitten hat. Doch was meinen die jungen Mitglieder? Wie schätzen sie die Katholische Kirche Stadt Luzern ein und wie sieht für sie eine ideale Kirche aus? Woran muss die Katholische Kirche Stadt Luzern arbeiten, um zukunftsfähig zu sein? Welche Themen stehen für diese Zielgruppe im Mittelpunkt?

Zu diesen und anderen Fragen wollte die Katholische Kirche Stadt Luzern Klarheit schaffen. Dazu hat sie beim Luzerner Markt- und Meinungsforschungsinstitut TransferPlus eine Studie in Auftrag gegeben. Zwischen Ende Mai und Anfang Juli 2024 erhielten sämtliche Mitglieder im Alter von 18 bis 39 Jahren eine Einladung für eine Online-Befragung. Diese Alterskategorie deckt die Attribute «steuerpflichtig» sowie «zur Generation Y und Z zugehörig» ab. Dank des guten und breiten Rücklaufs sind die Resultate repräsentativ. Besonders erfreulich ist, dass die Befragung auch viele junge Mitglieder erreicht hat, die keinen regelmässigen Kontakt zur Katholischen Kirche Stadt Luzern haben.

### Gutes Image, aber Reformbedarf

Zusammenfassend lauten die Resultate:

- 75 Prozent der jungen Mitglieder bescheinigen der Katholischen Kirche Stadt Luzern grundsätzlich ein gutes Image. Gar 84 Prozent äussern Sympathie. Die Antwortverteilung auf die Frage «Hat KathLuzern ein gutes Image?» zeigt, dass das Image zwar positiv ist, aber besser ausgeprägt sein könnte (vgl. Grafik).

- Vertrauenswürdigkeit, Authentizität, Offenheit, Freundschaftlichkeit, Vielfältigkeit und Bodenständigkeit sind Imagetreiber und offenbar zentrale Stärken der Katholischen Kirche Stadt Luzern. Dagegen sind die Eigenschaften «fortschrittlich», «mutig» und «im Alltag präsent» ungenügend erfüllt.
- Mitglieder, welche das Pfarreiblatt mindestens ab und zu lesen, haben ein signifikant besseres Bild von der Katholischen Kirche Stadt Luzern als solche, die es nicht lesen. Rund die Hälfte der Befragten lesen es regelmässig, 17 Prozent lesen es gelegentlich.
- Ein entscheidender Einfluss für die Wahrnehmung des guten Images ist das Differenzierungsvermögen: 57% erkennen einen Unterschied zwischen der Katholischen Kirche Stadt Luzern und der Weltkirche. Persönliche Erfahrungen fördern diese differenzierte Wahrnehmung.
- Gleichzeitig sieht ein hoher Anteil jedoch Reformbedarf (69%). Interessant ist, dass auch ein grosser Anteil der Befragten, die der Katholischen Kirche Stadt Luzern ein gutes Image bescheinigen, Reformbedarf sehen und somit Veränderungen als notwendig erachten.
- Mehr als zwei Drittel der jungen Erwachsenen vertraut der Katholischen Kirche Stadt Luzern – jedoch ist dieses Vertrauen nicht besonders stark ausgeprägt. Das Vertrauen in die Katholische Kirche Stadt Luzern nimmt mit steigendem Alter der jungen Erwachsenen zu.
- Die Wahrscheinlichkeit von positiver Mund-zu-Mund-Propaganda ist faktisch nicht existent. Junge Erwachsene machen also von sich aus nicht gerne Werbung für die Katholische Kirche Stadt Luzern und ihre Angebote.

### **Handlungsfelder aus Perspektive der Generation Y und Z**

Die jungen Erwachsenen lieferten zahlreiche konkrete Inputs, wie die Katholische Kirche Stadt Luzern einer idealen Kirche näherkommen kann. Diese Wünsche widerspiegeln sich in den Antworten zu den abgefragten Image-Eigenschaften. Gemäss der jungen Erwachsenen sollten bestimmte Eigenschaften aber stärker ausgeprägt sein, um ihre Bedürfnisse und Erwartungen besser zu erfüllen.

Als besonders wichtig wurde die Offenheit gegenüber allen Menschen, unabhängig von Herkunft, Geschlecht, sexueller Orientierung oder sozialem Status hervorgehoben. Bezüglich Fortschrittlichkeit wünschen sich die Befragten, dass die Katholische Kirche Stadt Luzern Themen wie Gleichberechtigung, Digitalisierung und Umweltschutz aktiv aufgreift respektive fördert.

Ausserdem nennen sie Themen, zu welchen sie gerne inspiriert würden. Genannt wurden etwa Selbstfürsorge, Work-Life-Balance oder persönliche Entwicklung. Deutlich weniger stark wurden die kirchlichen Kernthemen wie «Glaube» oder «Spiritualität» gewünscht.

Die Befragten zeigen ferner ein starkes Interesse an einer modernen und kritischen Betrachtung der Kirche. Die Katholische Kirche Stadt Luzern sollte nach ihnen offene Diskussionen über kontroverse Themen ermöglichen. Ferner sollte sie sich transparent zu aktuellen kirchlichen Debatten positionieren. Sowie Möglichkeiten bieten, damit junge Menschen aktiv an der Gestaltung einer modernen Kirche teilnehmen können.

### **Rückständige Weltkirche schwächt das Image**

Welches Fazit zieht die Katholische Kirche Stadt Luzern zu der Studie? Ihr Image ist bei den jungen Mitgliedern besser als angenommen. Das stimmt sie zuversichtlich. Dass der Imagetreiber «fortschrittlich» trotz grosser Anstrengungen als ungenügend erfüllt bewertet wird, erstaunt sie nicht: Zum einen ist dies aus ihrer Sicht «dem Elefant im Raum», den negativen Schlagzeilen rund um den sexuellen Missbrauch der katholischen Kirche in der Vergangenheit und deren systematische Vertuschung geschuldet. Zum andern der anhaltenden Rückständigkeit der Weltkirche. Stichworte sind die längst überfällige Gleichstellung von Frau bis Mann in der kirchlichen Arbeit und eine menschenunwürdige Sexualmoral. Dass die Katholische Kirche Stadt Luzern Mitglied der Reformbewegung «Allianz Gleichwürdig Katholisch» ist und sich entsprechend einsetzt, dürfte noch zu wenig bekannt sein.

Gleichzeitig nimmt die Katholische Kirche Stadt Luzern die Empfehlung «ausbaufähiges Image» selbstkritisch ernst. Die jungen Mitglieder wünschen sich eine Kirche, die offen, fortschrittlich, vielfältig, mutig und vertrauenswürdig ist. Der Katholischen Kirche Stadt Luzern bescheinigen sie hierzu eine solide Basis, die gleichzeitig Ausbaupotential hat.

Dazu sagt **Anja Willms**, Quartierarbeiterin der Pfarrei St. Johannes: «Es ist schön zu hören, dass die Katholische Kirche Stadt Luzern als offen und vielfältig wahrgenommen wird. Diese Werte leben wir in unserer täglichen Arbeit. In den Herausforderungen sehe ich eine enorme Chance, unsere Arbeit neu zu denken und an die Bedürfnisse der jungen Gesellschaft auszurichten.»

### **Offene und engagierte Kirche weiterentwickeln**

Auf diesem Fundament kann die katholische Kirche Stadt Luzern dort, wo sie Handlungsspielraum hat, ihre Strategie weiterentwickeln. Sie wird dank der Inputs aus der Umfrage mit relevanten (Kommunikations-)Angeboten besser auf die Erwartungen der Generationen Y und Z eingehen, sie in ihrer Realität abholen und mit relevanten Themen für ein gutes Leben inspirieren. Dabei werden die digitalen Kanäle und die Haltungskommunikation eine deutlich grössere Rolle spielen als bis anhin. Dazu haben die Gremien im August eine Online-First-Marketingstrategie beschlossen, begleitet von einem werthaltigen Rebranding.

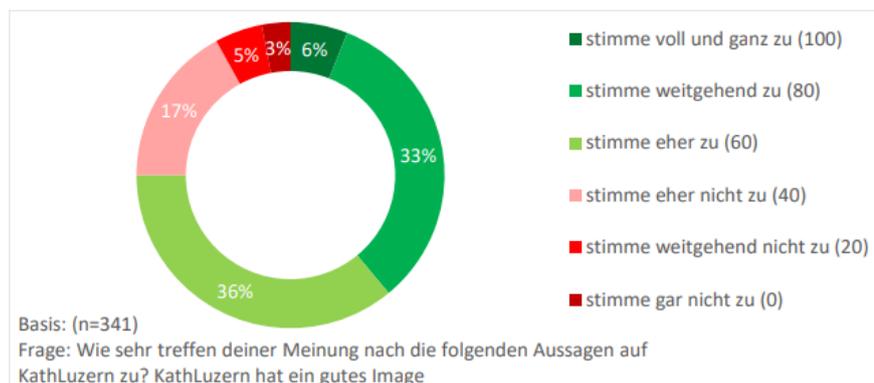
Kirchenratspräsidentin **Susanna Bertschmann** bedankt sich bei den jungen Erwachsenen für die Zeit, die sie sich genommen haben: «Dank euren wertvollen Inputs können wir uns als offene und engagierte Kirche in Luzern mutig weiterentwickeln – gemeinsam mit euch und für die Menschen unserer Stadt.»

## Mehr Informationen

- Methoden-Steckbrief: <https://www.transferplus.ch/wissen/kathluzern?id=51>
- Management Summary: [www.kathluzern.ch/ergebnisse-mitgliederbefragung](http://www.kathluzern.ch/ergebnisse-mitgliederbefragung)
- Die Katholische Kirche Stadt Luzern steht für eine offene und glaubwürdige Kirche mit entsprechenden Massnahmen ein: [Haltung zeigen – Gegen Missbrauch und für die Würde des Menschen \(kathluzern.ch\)](http://www.kathluzern.ch/Haltung-zeigen-Gegen-Missbrauch-und-für-die-Würde-des-Menschen)

## Fotos

- Grafik zu den Imageresultaten



- Porträtfoto Anja Willms
- Porträtfoto Susanna Bertschmann
- «Säg üs was du dänksch» - die Umfrage kam in Form einer Schokolade daher. Im Bild das Deckblatt.

Bilddateien in hoher Auflösung zum Herunterladen unter [www.kathluzern.ch/medien](http://www.kathluzern.ch/medien)

## Für Rückfragen:

Ingrid Schmid, Mediensprecherin und Leiterin Fachbereich Kommunikation/Marketing  
Katholische Kirche Stadt Luzern  
041 229 99 60 | [ingrid.schmid@kathluzern.ch](mailto:ingrid.schmid@kathluzern.ch)

## Über die Katholische Kirche Stadt Luzern

Die Katholische Kirche Stadt Luzern ist ein Verbund von 8 Pfarreien, 2 Standorten, 13 gesamtstädtischen Fachbereichen sowie 1 Kirchengemeinde mit Geschäftsstelle. Über 300 Mitarbeitende und rund 2000 freiwillig Engagierte stehen für eine lebendige Kirche, die mit innovativen Inhalten und bedürfnisgerechten Dienstleistungen für die Menschen da sein will. Seit 2022 ist die Katholische Kirche Stadt Luzern mit dem Umweltlabel Grüner Güggel zertifiziert. 2024 feiert die katholische Kirchengemeinde Luzern ihr 150-jähriges Bestehen mit dem Motto «traditionell fortschrittlich».

## Über die Transfer Plus AG

TransferPlus ist ein Markt- und Meinungsforschungsinstitut mit Sitz in der Stadt Luzern, welches für namhafte Kunden aus der ganzen Schweiz Forschungskonzepte entwickelt, Untersuchungen durchführt oder diese bei der Analyse und Interpretation von Daten unterstützt. Nebst der Konzeption von klassischen Markt- und Meinungsforschungsstudien (qualitativ & quantitativ) ist TransferPlus auf die Bereiche DataAnalytics und elektronische Datenvisualisierung (interaktive Dashboards) spezialisiert.