



23

April 2026

Mitgliederkommunikation

Wen? Was? Wann? Wie?

Als Kirche mitgliederorientiert
kommunizieren

Ein Leitfaden für die Beziehungspflege mit
kontaktlosen Mitgliedern in der Pfarrei

Kathrin Senger

ISSN 2364-071

RUHR
UNIVERSITÄT
BOCHUM

RUB

zap:workingpaper

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
1. Einleitung Warum Kontaktpflege mit kontaktlosen Mitgliedern?	4
1.a. Die soziologische Dimension: Mitgliedschaft unter der Lupe ...	4
1.b. Die ekklesiologische Dimension: Verkündigung ist keine Werbung	6
1.c. Die ökonomische Dimension: Alles für die Kirchensteuer?	9
2. Wie funktioniert Mitgliederkommunikation?	10
2.a. Wie möchten wir als Pfarrei wahrgenommen werden?	11
2.b. Wen möchten wir ansprechen?	14
2.c. Wann möchten wir ansprechen?	19
2. d. Welche Botschaft möchten wir vermitteln?	21
2. e. Welches Medium möchten wir nutzen?	22
3. Exkurs: Austritt.....	23
4. Welche Hilfen gibt es?.....	29
5. Quellen.....	30

Vorwort

Die Kirchenmitgliedschaft in Deutschland erodiert, Bindungen zur Kirche lockern sich zunehmend.¹ Austrittsneigung und Distanzierungsprozesse nehmen deutlich zu, insbesondere bei jüngeren Generationen. Darin spiegelt sich, dass die Kirche kaum noch biografische oder alltagspraktische Relevanz besitzt.² Für Pfarreien stellt dies oft eine besondere Herausforderung im Hinblick auf eine angemessene Kommunikation dar.

Das Forschungsprojekt „Individuelle Mitgliederkommunikation“ untersuchte diese Problematik systematisch. Ziel war es, Werkzeuge zu entwickeln und zu erproben, mit denen die Ansprache von Mitgliedern differenzierter gestaltet werden kann, indem individuelle Lebenswirklichkeiten, Kommunikationspräferenzen und Bindungsmuster berücksichtigt werden. Die Durchführung erfolgte im Zeitraum Mai 2024 – April 2026 durch das zap:freiburg in Kooperation mit dem Referat Fundraising und der Stabsstelle Medienkommunikation und Öffentlichkeitsarbeit im Erzbischöflichen Ordinariat. Pilotpfarreien dienen dabei als Praxispartner: Sie ermöglichen die Erprobung und Evaluation der entwickelten Kommunikationsstrategien und liefern wertvolle Rückmeldungen aus der kirchlichen Praxis.

Mitgliederkommunikation ist dabei kein neues Thema. Zahlreiche andere kirchliche Projekte und Initiativen beschäftigen sich schon seit Jahren damit. Die hier vorgestellten Ansätze greifen diese bestehenden Erfahrungen auf, systematisieren sie und kombinieren sie mit neuen Erkenntnissen aus Theorie und Praxis.

Dieses Working Paper versteht sich als praxisorientiertes Instrument zur systematischen Beziehungspflege mit kontaktlosen Mitgliedern. Es strukturiert den Prozess der Mitgliederansprache entlang zentraler Fragen: Welche Zielgruppen sollen wann und wie adressiert werden? Welche Botschaften sind angemessen, und welche Kommunikationswege sind effektiv? Durch die Kombination von theoretischen Konzepten der Mitgliederorientierung und praxisnahen Handlungsempfehlungen bietet dieser Leitfaden eine Grundlage für die Entwicklung von Kommunikationsstrategien in der Kirche vor Ort.

¹ Vgl. EKD, KMU 6, 2023.

² Vgl. EKD, KMU 6, 2023.

Pfarreleitungen, haupt- und ehrenamtliche Mitarbeitende und alle Interessierten sind eingeladen, die Prinzipien der zielgerichteten, wertschätzenden und individuellen Mitgliederkommunikation in der Praxis vor Ort zu erproben und so die Beziehungsqualität innerhalb ihrer kirchlichen Gemeinschaft systematisch zu stärken.

1. Einleitung Warum Kontaktpflege mit kontaktlosen³ Mitgliedern?

In vielen Gemeinden prägt die zunehmende Distanz von Kirchenmitgliedern zur kirchlichen Praxis das alltägliche Pastoralgeschehen. So verbleiben viele Personen zwar formal in der Kirchenmitgliedschaft, entrichten Kirchensteuer und können sich gegebenenfalls mit bestimmten kirchlichen Werten identifizieren, nehmen jedoch nicht oder kaum mehr an den gottesdienstlichen und gemeindebezogenen Aktivitäten teil. Diese Form kontaktloser Mitgliedschaft erfordert eine reflektierte Neubewertung dessen, was kirchliche Beziehungs- und Kommunikationsarbeit leisten kann und soll. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob und wie eine Kirche mit Menschen in Beziehung bleibt, die sich selbst nicht mehr als „passend“ in ihr Angebotssystem einordnen. Die folgenden Abschnitte erläutern daher auf dreifache Weise, warum Kontaktpflege mit kontaktlosen Mitgliedern kirchlicher Aufmerksamkeit bedarf.

1.a. Die soziologische Dimension: Mitgliedschaft unter der Lupe

In postmodernen Gesellschaften zeigt sich: Kirche ist nicht mehr nur sakramentale Gemeinschaft, sondern zugleich soziale Wirklichkeit mit vielfältigen Formen von Teilhabe, Erwartungen und Bindungen. Kirchenmitgliedschaft besteht heute nicht mehr allein aus aktiver Teilnahme an Gottesdiensten oder kirchlichen Aktivitäten. Sie äußert sich ebenso in „unsichtbaren“ Formen der Zugehörigkeit, etwa in sozialen Praktiken, biografischen Bezügen oder gesellschaftlichen Rollen. Empirische Untersuchungen wie die Kirchenmitgliedschaftsuntersuchungen (KMU) betonen, dass kirchliche Zugehörigkeit als eigentümliche soziale Praxis in Netzwerken und Lebenswelten verstanden werden muss, die sich nicht primär aus kirchlichen Vorgaben, sondern aus biografischen und milieuspezifischen Kontexten der Mitglieder

³ Die Begriffe „kontaktlos“ und „distanziert“ markieren Kirchenmitglieder, die nur sporadisch oder gar nicht am Gemeindeleben teilnehmen und keine persönlichen Beziehungen zur Gemeinde haben. Es handelt sich dabei um beschreibende Beobachtungen aus der pastoralen Praxis, keine objektiv definierten Kategorien.

ergibt.⁴ Vor diesem Hintergrund gewinnen Mitgliedertypologien an Bedeutung, die die unterschiedlichen Weisen der Zugehörigkeit systematisch erfassen. Ein einflussreiches Modell stammt von Frank Worbs, der – in der Logik der EKD-Mitgliedschaftsstudien – vier Grundtypen kirchlicher Mitgliedschaft unterscheidet.⁵ Diese Typen beschreiben verschiedene Intensitäten und Qualitäten der Bindung, ohne sie hierarchisch zu werten, und dienen gerade auch dazu, kontaktlose bzw. distanzierte Mitglieder wahr- und ernst zu nehmen.

Erstens lassen sich **aktive Mitglieder** beschreiben. Diese Gruppe zeichnet sich durch eine hohe Identifikation mit der Kirche und eine aktive Beteiligung am Gemeindeleben aus. Sie nehmen regelmäßig an Gottesdiensten teil, engagieren sich häufig ehrenamtlich und verstehen Kirche als wichtigen Bestandteil ihrer religiösen und sozialen Identität.

Zweitens unterscheidet Worbs **ad-hoc Mitglieder**. Ihr Kontakt zur Kirche erfolgt nicht kontinuierlich, sondern vor allem zu bestimmten Anlässen, etwa an hohen kirchlichen Feiertagen oder bei besonderen kirchlichen Veranstaltungen. Die Beziehung zur Kirche ist in diesem Fall situativ geprägt und an einzelne Gelegenheiten gebunden, ohne dass daraus eine regelmäßige Teilnahme am Gemeindeleben entsteht.

Drittens beschreibt er **kasualienfromme Mitglieder**. Für diese Gruppe steht die Kirche vor allem im Zusammenhang mit biografischen Übergängen und Ritualen – etwa Taufe, Trauung oder Bestattung. Die Beziehung zur Kirche wird somit vor allem in lebensgeschichtlichen Schlüsselmomenten aktualisiert und weniger im Alltag des Gemeindelebens.

Viertens schließlich identifiziert Worbs **distanzierte Mitglieder**. Diese gehören formal weiterhin der Kirche an, weisen jedoch nur eine geringe emotionale oder praktische Bindung auf. Ihre Mitgliedschaft ist häufig kulturell oder familiär begründet, ohne dass sie mit einer aktiven religiösen Praxis verbunden wäre.

Für die pastorale Praxis ergibt sich daraus eine wichtige Konsequenz: Kontaktpflege kann sich nicht ausschließlich an Teilnahme orientieren, sondern muss stärker die Beziehung zu Menschen in ihren jeweiligen Lebenswelten in den Blick nehmen. Eine differenzierte Wahrnehmung der verschiedenen Mitgliedschaftstypen ermöglicht es, pastorale Kommunikationsformen zu entwickeln, die der Vielfalt kirchlicher Bindungen gerecht werden. Ziel ist dabei nicht, jede Form von Zugehörigkeit unmittelbar in

⁴ Vgl. Worbs, Lebenslang Mitglied bleiben, 108–121.

⁵ Vgl. EKD, Engagement und Indifferenz, 4 f.

intensive Beteiligung zu überführen, sondern Beziehung zunächst zu ermöglichen und Resonanzräume zu eröffnen. Die Kirche erscheint in dieser Perspektive weniger als Organisation, die primär Aktivitäten anbietet, sondern als sozialer Akteurin, die Beziehungen individuell gestaltet und unterschiedliche Formen von Nähe zulässt. Indem sie die Pluralität kirchlicher Bindungen anerkennt, kann sie Menschen auch dort begleiten, wo ihre Zugehörigkeit eher kulturell, biografisch oder situativ geprägt ist.

1.b. Die ekklesiologische Dimension: Verkündigung ist keine Werbung

Wird *Communicatio* als fünfter Grundvollzug neben *Martyria*, *Leiturgia*, *Diakonia* und *Koinonia* gedacht, ist Kirche auch „Kommunikationsdienst.“ Kirche ist dann Kirche, wenn sie in Beziehung bleibt – auch und gerade über ihre eigenen Mauern hinaus. Der Kern dieses Kommunikationsdienstes ist die Verkündigung des Evangeliums, der frohen Botschaft, an alle Menschen. Dieses universale Sendungsmotiv prägt jede Form kirchlicher Kommunikation. In der dogmatischen Konstitution „*Lumen gentium*“ wird Kirche als „Volk Gottes“ beschrieben, dessen prophetische Sendung nicht auf engagierte Mitglieder beschränkt ist, sondern die Gesamtheit der Gläubigen umfasst (LG 12). Frank Worbs' Mitgliedertypologie zeigt deutlich: Kirche darf sich nicht auf die „aktiven“ beschränken, für die die angebotenen Beteiligungsformate zufällig noch passen. Das Evangelium richtet sich an alle – besonders auch an diejenigen, die ohne direkten Kontakt zu ihrer Gemeinde leben.

Dieser universale Anspruch unterscheidet kirchliche Kommunikation systematisch von Werbung. Während Werbung Zielgruppen segmentiert, Bedürfnisse erzeugt oder das eigene Image pflegt, ist Verkündigung Dienst an der einen frohen Botschaft, die für jeden Menschen gilt – unabhängig von Bindungsstärke, Lebenssituation oder institutionellen Interessen. Kirche „wirbt“ also nicht für sich selbst, für ihre Gottesdienste oder Programme, sie verweist stets über sich hinaus auf Christus und die Botschaft des Evangeliums (LG 4).

Die Pastoralkonstitution „*Gaudium et spes*“ konkretisiert: „Freude und Hoffnung, Trauer und Angst der Menschen von heute [...] sind auch Freude und Hoffnung, Trauer und Angst der Jünger Christi“ (GS 1). Die Kirche steht damit in Solidarität zu allen Menschen – nicht nur zu aktiven Mitgliedern. Sie soll „die Zeichen der Zeit deuten“ (GS 4) und „in aufrichtigem Dialog“ mit der Welt kommunizieren (GS 21). Kommunikation, die sich lediglich auf „passende“ Mitglieder beschränkt, verfehlt diesen Auftrag und

widerspricht der Grundbotschaft des Evangeliums. „Communio et progressio“ (1971) entfaltet diese ekklesiologische Grundintuition und beschreibt kirchliche Kommunikation ausdrücklich im Horizont von communio und Sendung (CeP 8–11). Kommunikation ist demnach nicht lediglich ein technisches Hilfsmittel, sondern Ausdruck des inneren Lebens der Kirche: Als Gemeinschaft, die aus der Selbstmitteilung Gottes lebt, ist sie berufen, diese Communio in allen Formen menschlicher Kommunikation sichtbar und erfahrbar zu machen (CeP 9–10). Wo Kirche kommuniziert, geht es deshalb immer um mehr als Information – es geht um Teilhabe, Beziehung und den Aufbau von Gemeinschaft (CeP 11–13). Die Instruktion betont, dass die kirchliche Nutzung der sozialen Kommunikationsmittel ihrem universalen Auftrag entsprechen muss (CeP 13–15). Adressat:innen kirchlicher Kommunikation sind nicht nur diejenigen, die aktiv am Gemeindeleben teilnehmen, sondern „alle Menschen guten Willens“, unabhängig von Nähe oder Distanz zur Institution (CeP 17–18). Damit bestätigt „Communio et progressio“, was sich schon aus „Lumen gentium“ ergibt: Die prophetische Sendung des Volkes Gottes schließt ausdrücklich auch die ein, die kaum noch oder gar nicht mehr in kirchlichen Räumen vorkommen (CeP 14). So kann Kirche jene erreichen, die von klassischen Beteiligungsformaten gar nicht mehr angesprochen werden (CeP 15–16). Ausdrücklich hebt die Instruktion die Verantwortung aller Beteiligten hervor: Medienschaffende, kirchliche Amtsträger:innen und die Gläubigen insgesamt sollen die Kommunikationsmittel so nutzen, dass sie der Würde der Person, dem Gemeinwohl und der Förderung von Gerechtigkeit und Frieden dienen (CeP 11, 70–72, 84–87). Diese Verantwortung korrespondiert mit dem Recht der Menschen auf wahrhaftige, vollständige und verständliche Information (CeP 34–39). Wo Kirche kommuniziert, soll sie dazu beitragen, dass Menschen sich ein begründetes Urteil bilden können – über gesellschaftliche Fragen ebenso wie über die Botschaft des Evangeliums (CeP 41–43). Schließlich denkt Communio et progressio Kommunikation auch innerkirchlich. Eine Kirche, die kommuniziert, hört nicht nur zu und sendet, sie lässt auch Rückmeldungen, Kritik und Erfahrungen der Gläubigen zu und nimmt sie ernst (CeP 117–119). So wird deutlich: Der Kommunikationsdienst der Kirche ist immer wechselseitig – ein gemeinsames Hören auf das Evangelium inmitten der „Zeichen der Zeit“ und ein gemeinsames Ringen darum, wie diese Botschaft heute in verständlicher Sprache und solidarischer Praxis Gestalt gewinnen kann (CeP 4, 18, 124).

Daraus ableiten lassen sich pastoraltheologische Kriterien für Mitgliederkommunikation:

- Jede:r Getaufte hat Anteil an der Verkündigungsmission (LG 12). Maßnahmen der sind Zeichen der Wertschätzung für alle Mitgliedertypen– nicht nur für die engagierten.
- Kommunikation vermittelt eine Botschaft, nicht institutionelle Angebote. Sie fragt: „Wie erreicht die frohe Botschaft diese Menschen in ihrer Lebenswirklichkeit?“
- Eine Kirche, deren Kommunikation sich nur an „passende“ Mitglieder richtet, ist unhaltbar. In säkularisierten Gesellschaften muss sie alle – auch die „distanzierten“ – ansprechen.
- Mitgliederkommunikation achtet konsequent auf Sprache und Bildwelten, die die Würde der Personen respektieren und niemanden instrumentalisieren oder beschämen. Sie fragt nach den Auswirkungen der eigenen Botschaften auf Gerechtigkeit, Frieden, Inklusion und Teilhabe – gerade auch bei sensiblen Themen (z.B. Lebensformen, Brüche, Glaubenszweifel).

Mitgliederkommunikation ist somit kein Marketinginstrument, sondern ekklesiologische Grundpraxis. Sie nimmt am kommunikativen Dienst der Kirche teil, wenn sie dialogisch, transparent und auf das Heil der Menschen ausgerichtet kommuniziert – unabhängig von Teilnahmehäufigkeit oder Nähe zur Institution.

Aber wir müssen doch auch Einladungen aussprechen und auf unsere Veranstaltungen aufmerksam machen?!

Die meisten Mitglieder leben auf Distanz zu ihrer Kirchengemeinde. Eine mitgliederorientierte Kommunikation respektiert diese selbst gewählte Distanz. Gleichzeitig bedeutet mitgliederorientierte Kommunikation nicht, vollständig auf Hinweise und Angebote zu verzichten. Vielmehr geht es darum, genau zu unterscheiden, worauf und in welcher Weise aufmerksam gemacht wird. Nicht im Vordergrund stehen sollten Einladungen zu klassischen religiösen Vollzügen wie dem Sonntagsgottesdienst oder bestimmten Andachtsformen. Solche Formate setzen eine Nähe zur kirchlichen Praxis voraus, die bei vielen Mitgliedern gerade nicht gegeben ist, und können deshalb schnell als implizite Erwartung oder Aufforderung wahrgenommen werden. Zugleich stellt sich – auch wenn diese Einsicht schmerzhaft ist – eine unbequeme Rückfrage: Warum erscheint es in diesem Zusammenhang so

wichtig, Einladungen auszusprechen? Geht es tatsächlich darum, den Mitgliedern etwas anzubieten, das für ihre Lebenssituation bedeutsam ist? Oder schwingt eher das Interesse mit, leere Kirchenbänke zu füllen und Angebote zu legitimieren, die zunehmend weniger Resonanz finden? Gleichzeitig ist Kirche mehr als ihre liturgischen Vollzüge. Sie ist Arbeitgeberin, Bildungsakteurin, Begleiterin in unterschiedlichen Lebensphasen und Anbieterin von Unterstützung, Orientierung und Gemeinschaft. In dieser Breite liegen Anknüpfungspunkte für eine Kommunikation, die auch für distanzierte Mitglieder relevant sein kann. Dazu gehören beispielsweise Hinweise auf berufliche Möglichkeiten, Praktika und Freiwilligendienste, Angebote für verschiedene Lebensphasen, Räume für Austausch und Unterstützung, Bildungsformate oder Gelegenheiten zur persönlichen Entlastung und Reflexion im Alltag. Solche Angebote können sichtbar gemacht werden – vorausgesetzt, sie werden nicht funktional als Mittel zur „Rückgewinnung“ kommuniziert, sondern als ernst gemeinte, niedrighschwellige Beziehungsangebote. Entscheidend ist dabei die Passung: zur Lebenssituation, zu den Interessen und zur Distanz der Adressierten. Einladungen sind dort sinnvoll, wo sie als Angebot verstanden werden können, nicht als Erwartung. In diesem Sinne bleibt die leitende Frage: Dient die Kommunikation tatsächlich den Menschen – oder vor allem den eigenen strukturellen Bedürfnissen?

1.c. Die ökonomische Dimension: Alles für die Kirchensteuer?

Kirchenmitglieder zeigen durch ihre Mitgliedschaft und ihren finanziellen Beitrag, dass ihnen Kirche zumindest grundsätzlich etwas bedeutet – auch, wenn sie auf Distanz zum Gemeindeleben leben. Die Kirchensteuer ist theologisch kein Preis für Leistungen, sondern Ausdruck geteilter Verantwortung für den Auftrag der Kirche: Sie ermöglicht Seelsorge, Caritas, Bildung, weltkirchliche Solidarität und pastorale Infrastruktur, von der vielfach gerade die profitieren, die selbst wenig oder nichts zahlen können.⁶ Ökonomisch betrachtet ist sie damit ein Solidaritätsbeitrag, der Ressourcen bündelt, um gesellschaftlich relevante Güter zu finanzieren. Nichtsdestotrotz führt der Mangel an Kontakt häufig dazu, dass die Bedeutung der

⁶ 16 % der Katholiken mit einem zu versteuernden Einkommen ab 30.000 € tragen 76 % des gesamten Steueraufkommens. Es kann hinterfragt werden, ob die zahlenden Mitglieder bewusst wahrnehmen, dass sie mit ihrer Kirchensteuer Angebote finanzieren, die hauptsächlich von Nicht-Zahlenden genutzt werden. Dies macht deutlich, wie stark die Kirche auf den finanziellen Beitrag einer relativ kleinen Gruppe angewiesen ist. Vgl. Deutsche Bischofskonferenz (2019): Projektion 2060. Die zugrunde liegende Studie wurde wissenschaftlich betreut von Bernd Raffelhüschen, David Gutmann und Fabian Peters am Forschungszentrum Generationenverträge, ALU Freiburg.

individuellen Kirchenmitgliedschaft infrage gestellt wird – verstärkt durch den Faktor, dass Kirchensteuer sichtbar in der Lohnabrechnung abfließt. Gerade kontaktlose Mitglieder verlieren die konkrete Verbindung zwischen ihrem Beitrag und den daraus finanzierten Angeboten aus den Augen. Diese fehlende Transparenz nährt Entfremdung: Wenn der Abzug bürokratisch anonym bleibt, erscheint die Mitgliedschaft zunehmend als abstrakte Pflicht ohne persönliche Relevanz. Pastoraltheologisch ist es daher geboten, ökonomische Transparenz selbst als Kommunikationsdienst zu verstehen. Gelungene Mitgliederkommunikation macht auch sichtbar, dass Kirchensteuer konkrete Gesichter hat: die Erzieherin in der Kita, der Sozialarbeiter im Quartier, die Seelsorgerin im Hospiz, der Senior:innentreff der Frauengemeinschaft, die Suppenküche für Obdachlose im Pfarrhaus. So entsteht eine Art „symbolische Rendite“: Menschen erleben, dass ihre Abgabe nicht im System verschwindet, sondern Leben verändert – auch über ihre eigene Gemeinde hinaus. Der Hinweis auf die hohe Abhängigkeit von einer relativ kleinen, steuerstarken Gruppe zeigt, wie vulnerabel das System ist. Ökonomisch wäre es kurzsichtig, genau bei der Mitgliederkommunikation zu sparen, weil sie vergleichsweise geringe Mittel bindet, aber direkt auf die zentrale Ressource Mitgliedschaft wirkt. Jedes gehaltene Mitglied sichert nicht nur Einnahmen, sondern auch Glaubwürdigkeit, gesellschaftliche Präsenz und Handlungsspielräume der Kirche – Verluste durch Austritte schlagen dagegen dauerhaft zu Buche, finanziell und symbolisch. In diesem Sinn sind Ausgaben für eine sensible, wertschätzende Mitgliederkommunikation keine „Luxusposten“, sondern strategische Investitionen in die Zukunftsfähigkeit des kirchlichen Auftrags. Pastoraltheologisch darf Mitgliederkommunikation aber nicht in eine implizite Leistungslogik kippen („Wer zahlt, bekommt etwas zurück“). Es geht nicht darum, Kirchensteuerzahlende mit „Mehrleistungen“ zu belohnen, sondern allen Mitgliedern – auch kontaktlosen – zu signalisieren: Ihr seid gesehen und geschätzt, euer Beitrag ermöglicht Angebote für andere.

2. Wie funktioniert Mitgliederkommunikation?

Das folgende Kapitel beschreibt Mitgliederkommunikation nicht zuerst als Technik, sondern als Haltung: Pfarreien fragen danach, wie sie mit ihren Mitgliedern in Beziehung bleiben können – gerade dann, wenn diese wenig oder gar nicht aktiv am Gemeindeleben teilnehmen. Schritt für Schritt führt das Kapitel durch die zentralen Bausteine dieser Beziehungspflege: Zunächst geht es darum, wie eine Pfarrei sich

selbst versteht und wahrgenommen werden möchte bevor gefragt wird, welche Menschen mit ihren je eigenen Lebenswelten und Milieus im Blick sind. Daran schließt sich die Frage an, zu welchen Anlässen eine Kontaktaufnahme stimmig ist, welche Botschaft vermittelt werden soll und über welche Medien diese Botschaft die Mitglieder erreicht.

2.a. Wie möchten wir als Pfarrei wahrgenommen werden?

Mit dem Versenden von Karten, Briefen und Co. werden nicht „nur“ wertschätzende Grußworte an die Empfänger:innen versendet, sondern die Pfarrei verrät etwas über sich selbst. Auch wenn die Zielgruppe im Fokus steht, stellt sich die Frage, wie eine Pfarrei wahrgenommen werden möchte. Das Klären eines neuen Selbstverständnisses in den neu entstehenden XXL-Pfarreien im Erzbistum Freiburg ist dabei eine große Herausforderung. Die neuen Pfarreien bestehen künftig aus vielen zuvor eigenständigen Gemeinden, die jeweils ihre eigene Geschichte, Prägung, Tradition und Identität mitbringen. Ein neues Selbstverständnis bedeutet aber nicht, dass alle bisherigen Eigenheiten verschwinden müssen. Im Gegenteil: Die neue Pfarrei sollte Raum für verschiedene Traditionen, Spiritualitäten und Ausdrucksformen bieten. Das Finden eines solchen neuen gemeinsamen Selbstverständnisses braucht Zeit, Geduld und die Bereitschaft, sich auf Neues einzulassen. Pfarreien dürfen sich hier bewusst machen: Es ist ein Prozess, der wachsen muss und immer wieder überprüft und nachjustiert werden kann. Das neue Selbstverständnis einer XXL-Pfarrei entsteht im Dialog, im Miteinander und in der Wertschätzung der Verschiedenheit. Es geht darum, eine gemeinsame Identität zu entwickeln, die sowohl die Vergangenheit würdigt als auch offen für die Zukunft ist – und so eine lebendige, vielfältige und glaubwürdige Kirche vor Ort ermöglicht.

Ziel: Verantwortliche werden sich darüber klar, was sie – ohne aufdringlich zu sein – anbieten und wie sie wahrgenommen werden möchten.

Standards: Mitglieder werden als Mitglieder angesprochen. Es wird eine gute Geschichte erzählt.

Methode: Was kann in der Pfarrei angeboten werden, um gepflegt kontaktlos zu sein?

- Orte der Stille
- Orte, an denen (Kunst-)geschichte erlebbar wird
- Aussprechen von Segen
- Gute Geschichten

- Helfen können u.a. diese **Fragen**:

Wo in unserer Pfarrei finde ich Ruhe und Stille?	Welche - vielleicht auch skurille – (Heiligen-) Legende(n) gibt es in unserer Pfarrei?	Welches Fest/Feier/Event/ ... der Pfarrei war mein Highlight im letzten Jahr?
Welches Fenster/Darstellung in einer unserer Kirchen/Kapellen spricht mich besonders an?	Wo in unserer Pfarrei finde ich ein schattiges Plätzchen bei Hitze?	Welches Kindheitserlebnis prägt meinen Glauben bis heute?
Mit welchen Kooperationspartnern haben wir vor Ort schon erfolgreich zusammengearbeitet?	Welche Professionen arbeiten bei uns im Seelsorgeteam?	Was bieten wir in unserer Pfarrei an, worauf wir besonders stolz sind?

Antworten könnten sein:

- Im Schatten der alten Linde hinter der Kirche höre ich nur das Zwitschern der Vögel – mein Rückzugsort.
- Man erzählt sich, dass ein Heiliger einst seinen Schuh im Kirchturm vergaß – und er dort noch heute spukt.
- Das Sommerfest auf dem Kirchplatz – Lachen, Musik, Gemeinschaft.
- Das bunte Fenster mit dem Regenbogen erinnert mich: Nach jedem Sturm kommt Licht.
- Unsere Suppenküche: Gemeinsam kochen, gemeinsam helfen – das macht uns stark.
- Mit dem Kindergarten gestalten wir jedes Jahr das Erntedankfest – Groß und Klein zusammen.

- Von der Gemeindereferentin bis zum Kirchenmusiker – bei uns ziehen viele an einem Strang.
- Letztes Jahr am Johannisfeuer habe ich mit Freund:innen ums Feuer getanzt. Die Funken stiegen in den Nachthimmel – ein Moment voller Freude und Gemeinschaft.
- Die Kräuterweihe an Mariä Himmelfahrt ist mein Highlight. Der Duft der frischen Kräuter erinnert mich an Sommer, Hoffnung und Segen.
- Beim Fronleichnamsumzug durch unser Dorf spüre ich: Glaube verbindet. Menschen, Blumen, Musik – ein Fest für alle Sinne.
- Im September, wenn die Äpfel reif sind, feiere ich Mariä Geburt. Für mich ein Zeichen: Jeder Tag bietet die Chance für einen neuen Anfang.

Herausforderungen/Stolperfalle: Wenn der Fokus zu stark darauf liegt, die eigenen Stärken, Aktivitäten und Besonderheiten zu präsentieren, kann leicht der Eindruck entstehen, dass es der Pfarrei vor allem um ein positives Image oder „Eigenwerbung“ geht. Die Kommunikation wird dann schnell einseitig, indem sie vor allem das Bild der Pfarrei nach außen betont, statt auf die tatsächlichen Bedürfnisse und Erwartungen der Mitglieder einzugehen. Gerade in großen, neu zusammengesetzten Pfarreien kann dieser Reflex besonders stark sein: Man möchte sich als handlungsfähig, offen, modern oder traditionsbewusst zeigen und dabei möglichst viele Menschen ansprechen. Doch wenn die Mitgliederkommunikation vor allem zur Bühne für die Selbstdarstellung wird, fühlen sich viele – insbesondere kontaktlose und distanzierte Mitglieder – nicht wirklich gemeint oder ernst genommen. Sie erleben die Kommunikation als Werbung, nicht als echten Dialog. Gelungene Mitgliederkommunikation nimmt das Selbstverständnis der Pfarrei als Orientierung, aber nicht als Selbstzweck. Es geht darum, die Balance zu halten zwischen einer klaren Identität und einer echten Offenheit für die Lebenswirklichkeit der Menschen. Nur so entsteht eine Kommunikation, die verbindet statt zu distanzieren.

Beispiel für eine Karte „Sommergruß“:

Liebe*r [Name]

manchmal sind es die kleinen, besonderen Orte, die einen Sommer unvergesslich machen. In unserer Kirchengemeinde ist es der alte Brunnen direkt vor der Kapelle Mariä Schmerzen, der an heißen Tagen zum Treffpunkt für Groß und Klein wird.

Oft sitze ich dort im Schatten der alten Bäume, lausche dem Wasser und genieße die Ruhe – ein kleiner Urlaub mitten im Alltag.

Vielleicht finden auch Sie in dieser Sommerzeit, am Brunnen vorbeizuschauen. Solche Orte schenken uns Kraft und verbinden uns – mit der Natur, mit Gott und miteinander.

Ich wünsche Ihnen einen erfrischenden, gesegneten Sommer voller schöner Begegnungen und kleiner Oasen der Ruhe!

Herzliche Grüße aus Ihrer Gemeinde

Pfarrer Thomas Zweifelsfrei

Rückseite:

Auf der Rückseite können QR-Codes verlinkt werden, die passend zum Gruß beispielsweise zu einem Podcast einer Seelsorgerin der Pfarrei, einer geführten Meditation, einem Audio-Impuls oder Ähnlichem führen.

2.b. Wen möchten wir ansprechen?

Ziel: Menschen werden in ihren unterschiedlichen Lebenswelten und -phasen gezielt angesprochen.

Standards: Die Ansprache orientiert sich an den verschiedenen gesellschaftlichen und Altersgruppen, die im Bistumsatlas verortet sind. Die Kommunikationsinhalte und -kanäle werden auf deren Lebenswirklichkeit zugeschnitten. Die Botschaften sind für diese jeweils klar, nachvollziehbar und authentisch in Sprache und Form.

Methode: Erfassung der demographischen und gesellschaftlichen Struktur der Pfarrgemeinde durch den Bistumsatlas. Sinus-Milieus als Profilinstrument: Identifikation der vorhandenen Milieus und ihrer charakteristischen Werte,

Einstellungen und Lebensstile, um Kommunikationsangebote zu gestalten. Regelmäßige Evaluation und Anpassung: Überprüfung der Wirksamkeit der Kommunikation anhand von Rückmeldungen und Anpassung der Ansprache.

Herausforderungen/Stolperfallen: Die Versuchung, Mitglieder als homogene Gruppe zu betrachten, führt zu ungenauer Ansprache. Unterschiede, beispielsweise hinsichtlich Alter und Lebensphase müssen bewusst wahrgenommen werden. Gleichzeitig kann die Vielzahl unterschiedlicher Milieus und Kommunikationspräferenzen überfordern und Ressourcen binden. Priorisierung ist hier richtig und wichtig. Manche Zielgruppen sind schwer erreichbar oder wenig an Kirchenkommunikation interessiert, auch das ist in Ordnung.

Am Beispiel einer Grußkarte, die zu den Eisheiligen verschickt wird, wird gezeigt, wie sich Ansprache und Botschaft ändern, je nachdem welche Zielgruppe erreicht werden soll:

Zielgruppe: 18-25 Jährige:

Liebe:r [Name]

hast Du schon mal von den Eisheiligen gehört? Mitte Mai bringen sie oft noch mal richtig frische Nächte – und machen so mancher Pflanze das Leben schwer.

Aber eigentlich erinnern uns die Eisheiligen auch daran: Nicht immer läuft alles nach Plan. Manchmal kommt eben ein Kälteeinbruch, wenn man eigentlich schon auf den Sommer eingestellt ist.

Vielleicht geht's Dir manchmal ähnlich: Du hast Pläne, alles scheint klar – und dann kommt das Leben dazwischen. Die Eisheiligen zeigen, dass das völlig normal ist. Manchmal braucht es einfach Geduld, einen guten Plan B und ein bisschen Gelassenheit.

Also: Lass Dich nicht entmutigen, wenn's mal frostig wird – der Sommer kommt bestimmt!

Herzliche Grüße

Im Namen Deiner Pfarrei

Pastoralreferentin Salome Friedensreich

Zielgruppe: 25-35 Jährige

Liebe:r [Name]

die Eisheiligen Mitte Mai: jedes Jahr aufs Neue eine kleine Überraschung mit frostigen Nächten. Sie erinnern uns daran, dass das Leben nicht immer nach Plan verläuft. Gerade dann, wenn wir uns auf den Frühling freuen und uns auf Wärme eingestellt haben, kommt nochmal ein Kälteeinbruch und bringt alles durcheinander.

So ist es auch in anderen Lebensbereichen: Nicht immer läuft alles glatt. Die Eisheiligen zeigen uns, dass Rückschläge dazugehören. Doch genau wie die Natur nach der Kälte wieder aufblüht, darfst auch Du darauf vertrauen, dass nach schwierigen Zeiten neue Chancen und Wachstum folgen.

Wir wünschen Dir, dass Du in diesen Tagen Gottes Nähe spürst, die Dich trägt und stärkt – gerade dann, wenn es mal frostig wird.

Herzliche Grüße

Im Namen Deiner Pfarrei

Gemeindeferent Simon Felsenfest

Zielgruppe: 35+

Liebe:r Herr/Frau [Name]

die Eisheiligen Mitte Mai bringen häufig noch einmal frostige Nächte mit sich – eine wertvolle Erinnerung daran, dass nicht immer alles nach Plan verläuft, auch wenn der Frühling bereits Einzug gehalten hat. Vielleicht kennen Sie das aus Ihrem Alltag: Pläne ändern sich, Herausforderungen treten auf, und es bedarf Geduld und Gelassenheit, um diese Zeiten zu meistern.

Wenn berufliche Verpflichtungen, Familie und persönliche Entwicklung viel Raum einnehmen, ist es wichtig, flexibel zu bleiben und Rückschläge als Teil des eigenen Lebenswegs anzunehmen.

Möge Gott Ihnen die Kraft und die Zuversicht schenken, auch in herausfordernden Zeiten den eigenen Weg zu gehen und das Leben mit all seinen Facetten zu gestalten.

Herzliche Grüße

Oder:

Zielgruppe: junge Familien

Liebe Familie [Name]

die Eisheiligen Mitte Mai bringen oft noch einmal richtig frische Nächte – eine kleine Erinnerung daran, dass der Frühling manchmal noch eine Pause macht, bevor der Sommer so richtig loslegt. Genau wie bei uns Menschen läuft nicht immer alles glatt: Manchmal gibt es unerwartete Überraschungen, und Pläne müssen neu gemacht werden.

Für euch als Familie heißt das: Bleibt geduldig, haltet zusammen und einander aus und freut euch auf die sonnigen Tage, die ganz bestimmt wieder kommen.

Dass Gottes Segen Euch dabei begleite und stärke, wünschen wir Euch von Herzen.

Herzliche Grüße

Zielgruppe Renter:innen

Liebe:r Herr/Frau [Name]

die Eisheiligen Mitte Mai erinnern uns daran, dass der Frühling manchmal noch eine kleine Pause einlegt und es noch einmal kühl werden kann. Diese Zeiten der Abkühlung sind wie im Leben: Nicht immer verläuft alles glatt, und manchmal braucht es Geduld und Vertrauen, bis wieder Wärme und neues Wachstum möglich sind.

Sicherlich wissen Sie, wie wertvoll es dann sein kann, solche Phasen anzunehmen und ihnen mit Gelassenheit zu begegnen. Möge Ihnen in diesen Tagen Zuversicht und innerer Friede geschenkt sein. Vertrauen wir darauf, dass Gottes Nähe uns auch in wechselvollen Zeiten begleitet und trägt.

Herzliche Grüße

Ihre Pfarrei

Auch bei einer solchen Karte kann zusätzlich auf Gesprächsangebote der Pfarrei, je nach Alter auf Krisentelefone, Chat-Seelsorge oder ähnliche kirchliche Angebote aufmerksam gemacht werden.

Es gibt außerdem auch Pfarreien, in denen Dialekt noch sehr verbreitet ist. Auch wenn Dialekt dosiert und situationsgerecht eingesetzt werden sollte, da nicht alle Gemeindemitglieder denselben Dialekt sprechen oder verstehen, kann er in der persönlichen Ansprache, bei Mitteilungen oder in der Seelsorge ein wertvolles Instrument sein, um authentisch zu kommunizieren und Nähe und Identifikation zu schaffen. Ob ein Gruß im Dialekt für ein Mailing in Frage kommt, muss jeweils vor Ort geprüft werden. Die Idee wird hier einmal vorgestellt:

Gruß zum 70. Geburtstag, hochalemannisch

Liebe:r [Name],

zum 70. Geburi wünsched mir der vo Härze alles Gueti, viel Glück, Gsundheit und Gottes Säge! Siebzig Johr – des isch e rechte Meilestei. Du hesch viu erlebt, bisch dur Höchi und Tiefe gange, und hesch sicher au dä eini oder anderi Chrüzweg übercho.

Mir hoffe, dass du au witerhin mit Fröid und Zuversicht dürs Läbe gohst, dass Gott di begleite und dir immer wieder öppis Schöns und Luschtigs schickt. Möge d'Zukunft der no viu schöni Momänt und gueti Begegnige bringe.

Heb's guet und loss di fescht fiire!

Liebi Grüess

[Liebe/r

zum 70. Geburtstag wünschen wir dir von Herzen alles Gute, viel Glück, Gesundheit und Gottes Segen! Siebzig Jahre – das ist ein rechter Meilenstein. Du hast viel erlebt, bist durch Höhen und Tiefen gegangen und hast sicher auch den einen oder anderen Kreuzweg durchschreiten müssen.

Wir hoffen, dass du auch weiterhin mit Freude und Zuversicht durchs Leben gehst, dass Gott dich begleitet und dir immer wieder etwas Schönes und Lustiges schickt. Möge die Zukunft dir noch viele schöne Momente und gute Begegnungen bringen.

Hab es gut und lass dich fest feiern!]

Zu Glückwunschkarten können Gutscheine mitverschickt werden; zum Beispiel für eine Flasche Saft, ein Gewürzset, einen Tee, ein Brot, ... je nachdem mit welchen lokalen Akteur:innen die Pfarrei vor Ort gern zusammenarbeiten möchte.

2.c. Wann möchten wir ansprechen?

Maßnahmen zur Mitgliederorientierung werden nicht planlos ins Blaue hineinverschickt, sondern orientieren sich an einem bestimmten Anlass, zu dem die Maßnahme verschickt werden soll. Diese Anlässe können sich am Jahreskreis (z.B. *Alle Mitglieder zwischen 27 und 37 Jahren erhalten zu Ostern 2027 eine Karte*) oder an biographischen Ereignissen (z.B. *Alle Mitglieder, die vor 30 Jahren Erstkommunion gefeiert haben, erhalten eine Karte; ein Jahr lang erhalten alle Mitglieder, die frisch zuziehen, im Monat ihres Zuzugs eine Karte*) orientieren.

Ziel: Verantwortliche finden einen stimmigen Anlass, zu dem Sie ihre Maßnahme verschicken möchten.

Standards: Bei Anlässen im Lebenslauf wird vereinbart, wie lange die Maßnahme laufen soll (ein Jahr, drei Jahre, oder auch auf mal auf zunächst unbestimmte Zeit). Es ist sichergestellt, dass die Maßnahmen rechtzeitig (Jahreskreis) bzw. im entsprechenden Monat (Lebenslauf) bei den Mitgliedern ankommen können.

Methode: Nach dem ersten Sammeln von guten Geschichten, Anekdoten, Impulsen steht vielleicht schon eine Idee, in welche Richtung es bei der Suche nach einem Anlass gehen könnte. Wichtig ist, dass das verantwortliche Team einen Anlass aussucht, der für sie „machbar“ ist. Zu bedenken: Anlässe im Lebenslauf werden immer wieder über einen bestimmten Zeitraum verschickt, im Jahreskreis einmalig. Anlässe können jeweils sein:

Im Jahreskreis

Neujahr
Dreikönig/Erscheinung des Herrn
Taufe des Herrn
Mariä Lichtmess/Darstellung des Herrn
Valentinstag
Fastnacht
Aschermittwoch
Fastenzeit
Palmsonntag
Kar- und Osterfeiertage
Christi Himmelfahrt
Eisheilige
Pfingsten
Fronleichnam
Johanni
Sommerferien
Mariä Himmelfahrt
Erntedankfest
Allerheiligen
Allerseelen
Martinstag
Totensonntag
Advent
Barbaratag
Nikolaustag
Hl. Lucia
Weihnachten
Silvester

Im Lebenslauf

Geburt eines Kindes
Geburtstage (18., 25., 30.,...)
Hochzeit (auch nichtkirchlich)
Jubiläum Tauftag
Jubiläum Erstkommunion
Jubiläum Firmung
Ehejubiläum (zB auch 1., 3., 7.
Hochzeitstag)
Umzug / Zuzug
Austritt
Eintritt
Einschulung
Gedenktage an Verstorbene

Auch andere Heiligtage, die in der Pfarrei eine große Rolle spielen, beispielsweise durch ein Patronat oder durch besondere regionale Bräuche (Agatha, Josephstag, Michaelis, Andreastag, ...) können ein guter Kommunikationsanlass sein.

Herausforderungen/Stolperfallen: Die Botschaft muss zur Lebenssituation und den Bedürfnissen der Zielgruppe passen. Maßnahmen müssen rechtzeitig und regelmäßig erfolgen. Verspätete oder unregelmäßige Kommunikation mindert die Wirkung und Glaubwürdigkeit.

2.d. Welche Botschaft möchten wir vermitteln?

Ziel: Die Wertschätzung und Dankbarkeit gegenüber allen Mitgliedern werden sichtbar und nachvollziehbar zum Ausdruck gebracht. Es soll ein Klima des Vertrauens geschaffen werden, in dem sich Mitglieder angenommen fühlen, ohne Erwartungen oder Verpflichtungen.

Standards: Es erfolgt jeweils eine persönliche Ansprache, die Botschaft ist von Wertschätzung und Dankbarkeit geprägt. Einladungen, direkte Aufforderungen zu Spenden und Verweise auf Gottesdienste bleiben aus. Informationen werden klar, verständlich und zielgruppengerecht formuliert.

Methode: Schreiben eines kurzen Textentwurfs (max. 5–7 Sätze), der beinhaltet:
Aufrichtige, grundsätzliche Dankbarkeit/Wertschätzung für die Mitgliedschaft; keine Appelle; persönliche Sprache statt Amtsdeutsch

Sprache & Ton überprüfen:

Ist der Text klar und einfach formuliert? Herzlich und persönlich, nicht distanziert?

Testfrage: Würde ich es so auch einer Freundin/einem Bekannten schreiben, der/die nichts mit Kirche zu tun hat?

Absender benennen:

Wer „spricht“ in der Botschaft?

Eine reale Person oder ein kleines Team (Kernteam, Gruppe von Ehrenamtlichen, Pfarreirat,...)?

Stolperfalle/Herausforderung: Auch wenn die Versuchung groß ist und die Vorgehensweise, Kirchenmitglieder zu kontaktieren, ohne sie beispielsweise auf Gottesdienste aufmerksam zu machen, ungewohnt scheint: Mit den Maßnahmen zur Mitgliederkommunikation soll Dankbarkeit und Wertschätzung gegenüber allen Mitgliedern ausgedrückt werden, ohne eine Bedingung oder gar eine Aufforderung zur Kontaktaufnahme daran zu knüpfen. Mitglieder sollen nicht den Eindruck erhalten,

man kontaktiere sie nur, um auf die Sonntagspflicht aufmerksam zu machen und sie zum Gottesdienstbesuch anzuhalten. Die kontaktlose Mitgliedschaft vieler Katholik:innen ist gut so wie sie ist und soll als solche auch geschätzt werden.

2.e. Welches Medium möchten wir nutzen?

Ziel: Die Verantwortlichen finden ein für Ihre Maßnahme geeignetes Medium.

Standards: Es erfolgt eine persönliche Ansprache, wenn möglich erfolgt die Unterschrift min. einer Person aus dem Kreis der Verantwortlichen auf der Maßnahme.

Methode: Zunächst wird die Zielgruppe segmentiert, um die Lebenssituation und Kommunikationsgewohnheiten zu erfassen. Anschließend werden passende Medien ausgewählt, etwa Briefe mit handschriftlicher Note und Umschlag oder eine Postkarte mit pointierter Botschaft, eventuell ergänzt durch QR-Codes.

Herausforderungen/Stolperfalle: Ein zentrales Spannungsfeld der Mitgliederkommunikation zeigt sich in der digitalen Ansprache über Social-Media-Kanäle. Gerade junge Menschen über digitale Plattformen erreichen zu wollen, ist grundsätzlich sinnvoll. Gleichzeitig besteht hier eine wichtige Stolperfalle: Digitale Kanäle funktionieren nur dann, wenn die Zielgruppen überhaupt wissen, dass es sie gibt. Kontaktlose Mitglieder folgen in der Regel nicht automatisch den Social-Media-Kanälen ihrer Pfarrei. Häufig werden diese eher von bereits kirchlich verbundenen Personen genutzt. Allein ein Instagram-Profil oder ein Newsletter schafft daher noch keine Reichweite. Digitale Kanäle sind also nicht ungeeignet, sie müssen jedoch aktiv bekannt gemacht werden. Besonders hilfreich sind dabei QR-Codes auf Postkarten, Flyern oder wenn sie mit einem Scheinwerfer auf eine freie Wand (Kirche, Gemeindehaus, ...) geworfen werden. Einerseits kann mit QR-Codes auf Adressen, Erreichbarkeiten und Social-Media-Kanäle hingewiesen werden, andererseits können durch QR-Codes digitale Maßnahmen zur Mitgliederkommunikation wie zum Beispiel ein digitaler Adventskalender angeboten werden, Podcasts, Audio Impulse, Spotify Playlists, Rezepte oder Bastelvorlagen für Kinder. Beachtet werden muss hier insbesondere das Alter der Zielgruppe.

3. Exkurs: Austritt

Wer aus der röm.-kath. Kirche in Deutschland austritt, wird einerseits nicht exkommuniziert, verliert andererseits aber laut Dekret der Deutschen Bischofskonferenz von 2012 das Recht, Sakramente zu empfangen, kirchliche Ämter auszuüben, Tauf- oder Firmpate zu sein, in pfarrlichen oder diözesanen Räten mitzuwirken oder diese zu wählen, sowie Mitglied in kirchlichen Vereinen zu sein. Zwar bleibt die Taufe als unauslöschliches Zeichen bestehen, die kirchenrechtliche Stellung der ausgetretenen Person jedoch wird durch die genannten Einschränkungen auf ein Minimum reduziert. Ausgetretene Personen erhalten dann einen Brief, das „Pastorale Schreiben“ (abrufbar [hier](#)) – dieses steht ebenso wie die gesamte Austrittspolitik in der Kritik. Dieser Brief führt in einem eher nüchternen Tonfall sämtliche Rechtsverluste auf und lädt zwar zu einem Gespräch ein, kommt insgesamt aber wenig freundlich oder gar wertschätzend rüber. Es stellt sich zwangsläufig die Frage: Welcher Zweck soll hiermit erreicht werden? Trotz dieser langen Liste an drohenden Rechtsverlusten, treten immer mehr Menschen aus der Kirche aus. Dem Kirchenaustritt gehen oft Entfremdungsprozesse voraus, jene oben erwähnten Rechte spielen dann sowieso schon lang keine Rolle mehr. Werden dann noch unfreundliche Verbotslisten beim Austritt verschickt, verstärkt und bestätigt sich dieses Gefühl der Entfremdung. Nicht selten lösen diese Schreiben vermutlich Reaktanz aus.

Vorgestellt werden daher alternative Austrittsschreiben, die von einem freundlichen Ton und Dankbarkeit für die bisherige Mitgliedschaft geprägt sind. Damit kein bitterer Geschmack bei der ausgetretenen Person zurückbleibt, sondern die Botschaft, in der Austrittsentscheidung geachtet zu werden und jederzeit auf offene Türen zählen zu können, falls je wieder Überlegungen zu einem Wiedereintritt stattfinden. Kurz: ein idealer Austrittsbrief sollte einen positiven Eindruck hinterlassen – keine verbrannte Erde.

Ziele: Die Adressatinnen werden nicht missioniert und zu einem Rückgängigmachen ihrer Entscheidung gedrängt. Der Brief formuliert Dankbarkeit und Wertschätzung für die bisherige Mitgliedschaft und Bedauern über den Austritt. Er hinterlässt einen freundlichen Eindruck und erspart sich Vorwürfe oder ausschweifende Verbotslisten. Außerdem sollte Offenheit für einen erneuten Kontakt ausgedrückt werden.

Entwurf 1

Sehr geehrte(r) Frau/Herr ...

mit Bedauern haben wir Ihre Entscheidung vernommen, aus der Kirche auszutreten. Wir achten Ihre Entscheidung, denn Sie haben sich diesen Schritt sicherlich gut überlegt.

Für einen Kirchenaustritt kann es vielfältige Gründe geben. Falls Sie schlechte Erfahrungen gemacht haben, tut uns das sehr leid. Gerne nehmen wir Ihre Kritik oder die Erklärung Ihrer Beweggründe jederzeit entgegen und stehen Ihnen auch für ein persönliches Gespräch zur Verfügung. An dieser Stelle möchten wir außerdem einen wichtigen Hinweis geben: Finanzielle Schwierigkeiten sollten niemanden dazu bewegen, aus der Kirche auszutreten. Falls Sie die Kirchensteuer nicht aufbringen können, zögern Sie bitte nicht, eine der unten aufgeführten Ansprechpersonen zu kontaktieren.

Wir möchten uns für Ihre bisherige Mitgliedschaft in der Kirche herzlich bedanken. Mit Ihrer Kirchensteuer haben Sie dazu beigetragen, dass wir hier vor Ort, aber auch weltweit, seelsorgerliche, soziale und kulturelle Angebote stiften und Menschen auf vielfältige Weise begleiten und unterstützen können.

Falls Sie eines Tages über einen Wiedereintritt nachdenken sollten oder Ihnen sonst etwas auf dem Herzen liegt, so sei Ihnen versichert, dass Ihnen unsere Türen jederzeit offenstehen.

Wir wünschen Ihnen Gottes Segen auf Ihrem weiteren Lebensweg und grüßen Sie freundlich

Entwurf 2

Sehr geehrte(r) Frau/Herr ...

wir haben Ihre Entscheidung zum Austritt aus der katholischen Kirche erhalten. Wir möchten Ihnen an dieser Stelle für die Zeit danken, in der Sie Teil unserer Gemeinschaft waren. Mit Ihrer Kirchensteuer haben Sie dazu beigetragen, dass wir hier vor Ort, aber auch weltweit, seelsorgerliche, soziale und kulturelle Angebote stiften und Menschen auf vielfältige Weise begleiten und unterstützen können.

Uns ist bewusst, dass die Entscheidung zum Kirchenaustritt oft wohlüberlegt und mit persönlichen Überlegungen verbunden ist. Vielleicht gab es Zweifel, Fragen oder negative Erfahrungen, die Sie zu diesem Schritt bewegt haben.

Als Kirche möchten wir ein Ort des Dialogs und der Begegnung sein – auch und gerade dann, wenn Menschen sich von uns entfernen. Sollten Sie den Wunsch haben, über Ihre Beweggründe zu sprechen oder uns Anregungen mitzugeben, sind wir gerne für Sie da. Ihr Feedback hilft uns, als Gemeinschaft zu wachsen und besser zu verstehen, was Menschen bewegt. An dieser Stelle sei außerdem ein wichtiger Hinweis gegeben: Finanzielle Schwierigkeiten sollten niemanden dazu bewegen, aus der Kirche auszutreten. Falls Sie die Kirchensteuer nicht aufbringen können, zögern Sie bitte nicht, eine der unten aufgeführten Ansprechpersonen zu kontaktieren.

Auf Ihrem weiteren Weg wünschen wir Ihnen alles Gute und Gottes Segen. Falls Sie eines Tages über einen Wiedereintritt nachdenken sollten oder Ihnen sonst etwas auf dem Herzen liegt, so sei Ihnen versichert, dass Ihnen unsere Türen jederzeit offenstehen.

Mit herzlichen Grüßen

Wenn ein engagiertes Mitglied austritt...

Maria 2.0 oder ein beliebter Pfarrer, der versetzt wird, ... immer wieder führt gerade kirchenpolitischer Rummel auf lokaler Ebene dazu, dass auch engagierte Mitglieder ihre Kirchenmitgliedschaft an den Nagel hängen und austreten. Erhalten jene dann das standardisierte Pastorale Schreiben, werden vom Pfarrer mit „Herr/Frau X“ angesprochen, obwohl man schon seit Jahr(zehnt)en per Du, vielleicht sogar befreundet ist, ist der Frust besonders groß. „Das ist dann der Dank!“ wird sich der und die ein oder andere dann schon gedacht haben, Wut und Enttäuschung stauen sich an. Das Verhältnis zur Kirche ist zerrüttet.

Ein Austrittsschreiben, welches diesen Hintergrund berücksichtigt, wird Enttäuschungen und zerstörte Vertrauensverhältnisse nicht wieder ins Lot bringen und soll auch keine „Wiedergutmachung“ sein. Es soll die Situation aber auch nicht noch schlimmer machen und noch mehr Frust erzeugen, sondern einen versöhnlichen Ton anschlagen, der das Engagement der ausgetretenen Person würdigt.

Entwurf 3

Liebe/r [Name],

mit großem Respekt habe ich von Ihrem Entschluss erfahren, die Kirche zu verlassen. Ihr Schritt bewegt mich persönlich sehr, denn Sie haben unsere Gemeinde über viele Jahre hinweg mit Ihrem Engagement, Ihrer Zeit und Ihrer Kreativität geprägt. Für all das, was Sie eingebracht und gestaltet haben – sei es sichtbar in Projekten, in der Gemeinschaft oder im stillen Wirken im Hintergrund – möchte ich Ihnen von Herzen danken.

Ihr Einsatz für [konkrete Beispiele nennen, z.B. Jugendarbeit, Liturgie, soziale Projekte] hat unsere Gemeinde bereichert und mitgetragen. Auch mir persönlich sind viele gemeinsame Begegnungen und Gespräche in bester Erinnerung geblieben.

Ich kann nachvollziehen, dass ein solcher Schritt nach reiflicher Überlegung erfolgt. Die Gründe, die Menschen bewegen, sind oft vielfältig und nicht selten Ausdruck tiefer Verbundenheit und auch Enttäuschung. Mir ist es ein Anliegen, Ihnen zu sagen: Ihre Entscheidung schmälert in keiner Weise meine Wertschätzung für Ihren bisherigen Weg mit uns. Falls finanzielle Sorgen ein Grund für Ihren Austritt waren, möchte ich

Ihnen sagen: Sie sind damit nicht allein. Bitte zögern Sie nicht, mich oder unser Team anzusprechen, gemeinsam finden wir eine Lösung.

Sollten Sie den Wunsch haben, Ihre Beweggründe zu teilen oder sich auszutauschen – sei es jetzt oder zu einem späteren Zeitpunkt –, bin ich gerne für Sie da. Unser Gespräch ist und bleibt ein Angebot, das Sie jederzeit annehmen können.

Für Ihren weiteren Weg wünsche ich Ihnen alles Gute und Gottes Segen. Die Türen unserer Gemeinde – und auch meine persönliche Tür – stehen Ihnen immer offen.

Mit freundlichen Grüßen

Entwurf 4

Liebe/r [Name],

heute wende ich mich ganz persönlich an Dich, denn Deine Entscheidung, die Kirche zu verlassen, hat mich bewegt. Wir haben über viele Jahre hinweg gemeinsam so viel erlebt und gestaltet – ich denke an [konkrete gemeinsame Erlebnisse, z.B. „unsere Gespräche nach dem Gottesdienst“, „die vielen Stunden bei der Vorbereitung der Jugendfreizeiten“, „Deine inspirierenden Beiträge im Pfarrgemeinderat“]. Du hast unserer Gemeinde nicht nur Deine Zeit und Energie geschenkt, sondern auch ein Stück von Dir selbst.

Ich weiß, dass so ein Schritt nie leichtfertig geschieht und möchte Dir daher sagen: Ich respektiere Deinen Weg und danke Dir von Herzen für alles, was Du eingebracht hast. Ohne Menschen wie Dich wäre unsere Gemeinschaft nicht das, was sie ist.

Mir ist wichtig, dass Du weißt: Für mich zählt nicht das „Mitgliedsein auf dem Papier“, sondern die echte Begegnung und das Miteinander, das wir geteilt haben. Wenn Du irgendwann das Bedürfnis hast, über Deine Gründe zu sprechen, oder einfach mal wieder auf einen Kaffee vorbeikommen möchtest – ich freue mich immer, von Dir zu hören.

Ich wünsche Dir von Herzen alles Gute und Gottes Segen für Deinen weiteren Weg. Die Türen unserer Gemeinde – und auch meine persönliche Tür – stehen Dir immer offen.

Herzliche Grüße

Baustein Rechtsfolgen

Wenn auf die kirchenrechtliche Vorgabe der Mitteilung der Rechtsfolgen nicht verzichtet werden kann/will, kann folgender Baustein eingefügt werden:

Im Auftrag des Bischofs sind wir verpflichtet, Sie/Dich über die rechtlichen Folgen eines Kirchenaustritts zu informieren. Uns ist bewusst, dass dies ein sehr persönlicher Schritt ist, und wir möchten Ihnen/Dir diese Informationen mit größtem Respekt und in aller Offenheit weitergeben:

- *Nach kirchlichem Recht können Sie/kannst Du die Sakramente der Eucharistie, Firmung, Buße und Krankensalbung – außer in Todesgefahr – nicht mehr empfangen.*
- *Das aktive und passive Wahlrecht in der Kirche erlischt, ebenso die Möglichkeit, in kirchlichen Gremien und Räten mitzuwirken oder kirchliche Ämter und Funktionen zu übernehmen. Auch das Patenamt bei Taufe oder Firmung ist dann leider nicht mehr möglich.*
- *Für eine katholische Eheschließung ist nach einem Austritt eine besondere Erlaubnis des Bischofs erforderlich, verbunden mit dem Versprechen, den Glauben zu bewahren und an die Kinder weiterzugeben.*
- *Unter Umständen kann ein kirchliches Begräbnis verweigert werden.*

4. Welche Hilfen gibt es?

Daten

Der **Bistumsatlas** liefert aktuelle Zahlen und Karten zur Religionszugehörigkeit, Altersstruktur, Sozialdaten und kirchlichen Infrastruktur. Für die Planung einer Kommunikationsmaßnahme können z.B. Gebiete mit besonders vielen Familien, Senioren oder einer hohen Fluktuation identifiziert werden.

Beispiel: Will eine Pfarrei junge Familien besser erreichen, lassen sich gezielt die entsprechenden Wohnquartiere im Atlas herausfiltern.

Das Programm **DaviP Online** stellt den Zugriff auf die Daten der Pfarreimitglieder. Mit einer komfortablen Suchfunktion können die grundlegenden Informationen eingesehen, ggf. ergänzt und ausgedruckt werden. Aus dem Gesamtdatenbestand lassen sich Auswertungen erstellen, um Listen auszudrucken oder Personen anschreiben zu können mit Etiketten oder einer Excel-Tabelle als Datenquelle für Serienbriefe.

Design

Auf der [Homepage](#) zu Mitgliederkommunikation in der Erzdiözese Freiburg finden sich verschiedene Vorlagen und Hilfen zum Thema Kommunikation mit Kirchenmitgliedern. Die Stabsstelle Medienkommunikation und Öffentlichkeitsarbeit der Erzdiözese Freiburg bietet Beratung, beispielsweise bei Kampagnen, Texten oder dem Einsatz passender Medienkanäle.

Workshops und Fortbildungen ermöglichen Pfarreimitgliedern, ihre Kompetenzen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit, Social Media und Design zu stärken.

Die **Stabsstelle Medienkommunikation und Öffentlichkeitsarbeit** (Erzbistum Freiburg) unterstützt auf Wunsch bei der inhaltlichen und gestalterischen Überprüfung von Kommunikationsmaterialien, zum Beispiel für Gemeindenachrichten oder Einladungen.

[Canva](#) bietet Vorlagen zur Gestaltung von Plakaten, Newslettern oder Social-Media-Posts, die leicht mit Karten und anderen Visualisierungen ergänzt werden können. Pfarreien können über den kostenlosen Canva for Nonprofits-Account Zugriff auf alle Profi-Funktionen erhalten. Dafür ist die Gemeinnützigkeit durch einen Freistellungsbescheid nachzuweisen, und der Account sollte mit einer Einrichtungsmail eingerichtet werden (z.B. pfarramt@...). So können Teams gemeinsam an Projekten arbeiten und Vorlagen nutzen.

5. Quellen

Primär

Deutsche Bischofskonferenz (2013): Alternatives pastorales Schreiben an Personen, die ihren Austritt aus der katholischen Kirche erklärt haben, 21. Januar 2013, Bonn.

Verfügbar unter:

https://www.dbk.de/fileadmin/redaktion/diverse_downloads/presse_alt/presse_2012/2013-01-21_Alternatives-Pastorales-Schreiben_Kirchenaustritt.pdf

[Zugriff: 19.12.2025]

EKD (2014): Engagement und Indifferenz. Kirchenmitgliedschaft als soziale Praxis. Ergebnisse der 5. Kirchenmitgliedschaftsuntersuchung (KMU 5). Hannover: Evangelische Kirche in Deutschland.

Verfügbar unter: <https://www.euangel.de/ausgabe-1-2014/aktuelle-studie/v-ekd-erhebung-ueber-kirchenmitgliedschaft.pdf>

[Zugriff: 09.03.2026]

EKD (2023): Wie hältst du's mit der Kirche? Ergebnisse der 6. Kirchenmitgliedschaftsuntersuchung (KMU 6). Hannover: Evangelische Kirche in Deutschland.

Verfügbar unter:

https://www.ekd.de/ekd_de/ds_doc/07490_EKD_KMU_Web_neu.pdf

[Zugriff: 19.12.2025].

Deutsche Bischofskonferenz (2019): Projektion 2060 – Zahlen katholische Kirche. Bonn.

Verfügbar unter:

https://www.dbk.de/fileadmin/redaktion/diverse_downloads/Dossiers/dossiers_2019/Projektion-2060_FZG-Studie_Zahlen-katholische-Kirche.pdf

[Zugriff: 13.03.2026].

Zweites Vatikanisches Konzil: Lumen gentium:

Rahner, Karl; Vorgrimler, Herbert (Hg.) (2008): Kleines Konzilskompodium. Sämtliche Texte des Zweiten Vatikanischen Konzils. Freiburg: Herder, S. 123–200.

Zweites Vatikanisches Konzil: Gaudium et spes:

Rahner, Karl; Vorgrimler, Herbert (Hg.) (2008): Kleines Konzilskompendium. Sämtliche Texte des Zweiten Vatikanischen Konzils. Freiburg: Herder, S. 377–548.

Päpstliche Kommission für die Instrumente der Sozialen Kommunikation: Communio et progressio:

Wagner, Hans (Kommentar) (1971): Pastoralinstruktion „Communio et Progressio“ über die Instrumente der sozialen Kommunikation. Von den deutschen Bischöfen approbierte Übersetzung. Nachkonziliare Dokumentation Bd. 11. Trier: Paulinus.

Sekundär

Worbs, Frank (2019): Das Modell „Lebenslang Mitglied bleiben“. Grundlagen, Voraussetzungen und Maßnahmen für die Beziehungspflege mit distanzierten Mitgliedern in der Kirche. In: Gutmann, David; Peters, Fabian; Kendel, André; Faix, Tobias; Riegel, Ulrich (Hg.): Kirche – ja bitte! Innovative Modelle und strategische Perspektiven von gelungener Mitgliederorientierung. Neukirchen-Vluyn: Neukirchener Verlagsgesellschaft, S. 108–121.