Ethik gewünscht, Grauzonen gelebt:
KI in Kirchen auf dem (langsamen) Vormarsch

Erneut umfangreichste Studie zur Digitalisierung im Raum der Kirchen mit über 7.000 Befragten veröffentlicht

Detmold/Köln, 11. Mai 2026. Künstliche Intelligenz (KI) wird im kirchlichen Kontext de facto immer stärker genutzt. Dabei werden hohe ethische Ansprüche formuliert, die in der täglichen Praxis aber nicht immer Berücksichtigung finden. Insgesamt fehlt für kirchliche Digitalisierungsthemen zudem oft eine wirkliche Gesamtstrategie. – Das sind einige Ergebnisse der Neuauflage der Studie „Digitalisierung im Raum der Kirchen“ (DiRK 2026), die der Versicherer im Raum der Kirchen (VRK) in Kooperation mit der Macromedia University zu Beginn dieses Jahres durchgeführt hat. Über 7.000 Befragte aller Konfessionen hatten im Rahmen der erneut bisher mit Abstand umfangreichsten Studie zu diesem Thema teilgenommen. Ihre Ergebnisse wurden jetzt im Vorfeld des Katholikentages in Würzburg erstmals öffentlich vorgestellt.

Mehr als die Hälfte (54 Prozent) der **Kirchenmitglieder wie -mitarbeitenden** nutzen generative KI-Anwendung wie etwa ChatGPT. Die Nutzung erfolgt dabei zumeist für Recherchen und Texterstellung (60 bzw. 52 Prozent), aber auch „um Rat fragen“ hat bei jeder dritten Person (29 Prozent) eine Bedeutung. Insgesamt wird die führende Bedeutung digitaler Kommunikationstools unterstrichen: Im Internet ist die Mehrheit (53 Prozent) zumindest 1-3 Stunden täglich über Smartphone und Tablet unterwegs; etwa ein Fünftel (20 Prozent) sogar noch häufiger. Hinzu kommt der Online-Zugang via PC und Notebook (39 bzw. 28 Prozent für die vorherigen Zeitangaben). Wichtigster Social Media-Kanal bleibt Instagram (gewichtet 50 Prozent). Konkret abgefragte einzelne Anzeichen von Social Media-Sucht sehen nur wenige Befragte bei sich selbst (Durchschnittswerte von 1,3 bis 2,5 Punkten auf einer Fünferskala von Ablehnung zu Zustimmung).

Bei den **Kirchenmitarbeitenden** berichtet etwas mehr als die Hälfte (58 Prozent) von KI-Einsatz oder entsprechenden Planungen in der eigenen Organisation. Allerdings nutzt nur eine kleine Minderheit (6 Prozent) bereits eine größere Bandbreite an KI-Technologien. Als zentrales Hindernis gilt fehlendes technisches Know-how (Durchschnitt 6,8 Punkte auf einer Zehnerskala); fast vier von fünf Befragten haben keine KI-Weiterbildung absolviert oder wissen nichts davon (78 Prozent). Eine relative Mehrheit (38 Prozent) verwendet frei verfügbare KI-Tools ohne erkennbare verbindliche Richtlinien. Bemerkenswert ist, dass fast jede fünfte Person (18 Prozent) angibt, diese Tools auch bei einem Verbot weiter nutzen zu wollen („Schatten-KI“). Digitale Innovation in Kirche wird weniger theologisch begründet, sondern hängt eher von Ressourcen oder

lokalem Bedarf ab (2,6 bzw. 3,5 Punkte). Externe Social Media haben nur für 31 Prozent große oder sehr große Bedeutung.

Demgegenüber fordern die befragten **Kirchenmitglieder** sehr deutlich verbindliche ethische Leitlinien für den Einsatz von KI in kirchlichen Einrichtungen (4,6 Punkte auf einer Fünferskala). Ebenso sprechen sie sich klar dafür aus, dass die Letztverantwortung bei sensiblen Entscheidungen beim Menschen bleiben soll, nicht bei KI-Systemen („Human in the Loop"; 4,8 Punkte). Wichtigstes digitales Angebot bleibt die Website der eigenen Gemeinde (56 Prozent), auch wenn Social Media-Plattformen im Vergleich zur vorherigen Befragung aufgeholt haben (z. B. 26 bzw. gewichtet 29 Prozent). Rund ein Viertel (gewichtet 25 Prozent) folgt christlichen Influencer:innen. Besonders erfolgreich sind Akteur:innen im Umfeld von Landeskirchen oder Bistümern (20 Prozent), während US-amerikanische Creator:innen in Deutschland deutlich weniger relevant sind (5 Prozent). Eine klare Mehrheit (62 Prozent) wünscht sich Online-Gottesdienste weiterhin oder erneut.

„Auf unsere erste DiRK-Studie 2023 hatten wir eine sehr positive und umfangreiche Resonanz", so **VRK-Vorstand Jürgen Stobbe**. *„Knapp drei Jahre später wollten wir deshalb wissen, was sich seitdem konkret wie verändert hat. Auch möchten wir diesmal Themen wie KI oder Social Media-Sucht, die seitdem an Bedeutung gewonnen haben, verstärkt gerecht zu werden".* **Studienleiter Prof. Dr. Holger Sievert** von der Macromedia University stellt fest: *„Unsere Befunde zeigen eine weitere Digitalisierung in den deutschen Kirchen, aber auch nach wie vor eine recht große Strategielosigkeit. Zudem liegen ethischer Anspruch und gelebte Realität bei Themen wie KI manchmal auseinander. Mit der neuen Studie hoffen wir durch aktuelle Daten beizutragen, diese Lücken künftig ein wenig mehr zu füllen."*

Die Ergebnisse der Studie, die auch vielerlei konfessions-, kirchenverbundenheits- und berufsgruppenspezifische Auswertungen erlaubt, erscheinen in verschiedenen **Fachveröffentlichungen sowie werden bei diversen Tagungen** vorgestellt. So gab es eine Präsentation und zwei Workshops zu den Studienergebnissen schon beim Jahrestreffen des evangelischen „Netzwerk Öffentlichkeitsarbeit" letzte Woche in Köln; diese Woche gibt es einen Workshop im offiziellen Programm des Katholikentages in Würzburg. Weitere ausgewählte Ergebnisse werden in den nächsten Wochen präsentiert u. a. bei der „European Christian Internet Conference" (ECIC) in Rom, bei der Tagung „Church and AI" in Zürich und bei der Annual Conference des „International Association of Media and Communication Research" (IAMCR) in Galway. Danach folgen vertiefende Publikationen, Vorträge und Workshops bis voraussichtlich Ende 2027.

+ + +

Hinweise zu den Projektpartner

Der Versicherer im Raum der Kirchen, der die Studie mitinitiiert und finanziert hat, ist für Menschen in Kirche, Diakonie, Caritas und Freier Wohlfahrtspflege der führende Anbieter für Vorsorgekonzepte und Schutz im Alltag. Für mehr als 500.000 Menschen mit ca. 1,4 Mio. Verträgen verwaltet der Versicherer ein Gesamtvermögen von mehr als 4 Mrd. Euro. Die Macromedia University of Applied Sciences zählt zu den wichtigsten privaten Trägern akademischer und beruflicher Aus- und Weiterbildung in Deutschland. Sie hat aktuell über 5.000 Studierende und 140 festangestellte Professor:innen an neun Standorten.

Die Macromedia University of Applied Sciences zählt zu den führenden privaten Bildungsinstitutionen in Deutschland und zählt aktuell über 5500 Studierende. Ihr zukunftsorientiertes Curriculum fokussiert KI, digitale Technologien und zentrale Future Skills. Mit staatlich anerkannten Bachelor- und Masterprogrammen an der Schnittstelle von Medien, Management, Kommunikation, Technologie und Design sowie einer starken praxisnahen Forschung agiert sie als wichtiger Impulsgeber für Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft.

Hinweise zur Methodik

Bei der Wiederholungs- und Vertiefungsstudie haben insgesamt 7.178 Personen an der Erhebung teilgenommen. Der Link dazu wurde einerseits über die Evangelische Kirche in Deutschland (EKD), die Deutsche Bischofskonferenz sowie Landeskirchen und Bistümer verbreitet, andererseits unter Kundinnen und Kunden des VRK. Die meisten Befragten waren diesmal männlich (51,3 Prozent), zwischen 60 und 69 Jahren alt (36,5 Prozent) und haben ein abgeschlossenes (Fach-) Hochschulstudium (58,2 Prozent). 97,7 Prozent sind Mitglieder einer christlichen Kirche in Deutschland, davon wieder 60,8 Prozent evangelisch und 31,7 Prozent römisch-katholisch. Von der Gesamtzahl der Befragten arbeiten 51,9 Prozent hauptberuflich in einer kirchlichen Einrichtung. Die Studie verfolgt keine vollständige Repräsentativität, sondern möchte vor allem Trends und Zusammenhänge aufzeigen sowie vertiefte Analysen und Vergleiche einzelner Untergruppen ermöglichen. Alle Prozentangaben dieser Pressemitteilung sind aus Gründen der Lesbarkeit auf ganze Zahlen gerundet.

Hinweise zum Studienleiter

Prof. Dr. Holger Sievert hat Publizistik und Evangelische Theologie studiert. Er leitet als Studiendekan den Kölner Campus der Macromedia University akademisch, ist Experte für digitales Kommunikationsmanagement und arbeitet sowohl mit großen privatwirtschaftliche Unternehmen als auch mit Kirchen. Beispielsweise hat er gemeinsam mit fünf evangelischen Landeskirchen zwei Studien über Online-Gottesdienste mit je um 5.000 Befragten erstellt oder für die Landeskirchen in Baden, Bayern und Württemberg das Projekt „Die digitale Mustergemeinde“ konzeptionell und wissenschaftlich begleitet. Mehrere Regionalkirchen begleitete er auch bei neuen Web- und Social Media-Projekten (u. a. „sinnundsegen.de“) sowie bei Strategien und Bestandsaufnahmen zur KI- Einführung.

Ansprechpartner:innen für Rückfragen

Versicherer im Raum der Kirchen
Kölnische Straße 108–112, 34119 Kassel
Pressestelle
Tel. 0561 70341–3015
E-Mail: presse@vrk.de

Macromedia University of Applied Sciences
Brüderstr. 17, 50667 Köln
Pressestelle
Tel. +49 1741914647
E-Mail: presse@macromedia.de