

# Zwiespältiges Bild

Kirchliche Medien waren ein Thema der Winterakademie im Bischof-Benno-Haus Schmochtitz

Von Matthias Holluba

**Schmochtitz. Mit den Medien beschäftigte sich die Winterakademie der Katholischen Akademie des Bistums Dresden-Meißen und des Bischof-Benno-Hauses Schmochtitz. Ein Thema dabei waren die katholischen Medien.**

Die Bilanz, die Christian Klenk zieht, ist zwiespältig: Einerseits gibt es eine breite Palette kirchlich-katholischer Medien. Pfarrbrief und Internet, Bistumszeitungen, Morgenandachten im Radio und Fernsehgottesdienste erreichen Millionen Menschen. Andererseits stecken viele kirchliche Medienangebote in einer Krise. Christian Klenk beschäftigt sich seit Jahren mit dem Thema. Er ist Mitarbeiter am Studiengang Journalistik der Katholischen Universität Eichstätt. Jetzt war er Referent bei der Winterakademie in Schmochtitz.

Besonders augenfällig ist die Krise der kirchlichen Medien bei den Bistumszeitungen. Hier geht seit Jahren die Auflage kontinuierlich zurück. Eine Trendwende ist nicht abzusehen. Und vielleicht gibt es für diese Zeitungsgattung auch nicht mehr viele Chancen, wie der Titel eines Artikels, den Christian Klenk geschrieben hat, nahelegt.

## Krise der Bistumszeitungen hat mehrere Ursachen

Die Ursachen für die Krise der Bistumszeitungen sind vielfältig. Klenk: Vor allem durch das Internet hat sich die Mediennutzung verändert. Darunter leiden auch säkulare Zeitungen. Für die kirchlichen Medien kommt hinzu, dass nicht nur die Zahl der Gläubigen insgesamt abnimmt, sondern dass auch die Gruppe derer, die sich ihrer Kirche eng verbunden fühlen, kleiner wird. Und gerade an diese Menschen wenden sich die Bistumszeitungen mit ihren Inhalten.

Zwar erreichen die Bistumszeitungen wöchentlich immer noch über eine halbe Million Abonnenten. Zu den Hochzeiten wäh-

rend des Zweiten Vatikanischen Konzils waren es aber fast fünf Mal so viel. Seitdem geht es kontinuierlich bergab: im Schnitt pro Jahr etwa vier Prozent. „Geht es so weiter, ist die Auflage aller Bistumszeitungen zusammen in etwa 15 Jahren bei Null angekommen“, sagt Christian Klenk. „Früher war es selbstverständlich, als Katholik die Bistumszeitung zu lesen, heute ist das immer weniger der Fall.“ Das zeigt die Entwicklung der Altersstruktur der Leser: Waren 1975 nur 14 Prozent 70 Jahre oder älter, trifft das heute auf jeden Zweiten zu. Das erste Opfer dieser Entwicklung gibt es jetzt: Ende 2013 hat das Bistum Essen seine Bistumszeitung Ruhrwort eingestellt.

Doch es gibt Unterschiede: Am auffallendsten ist die Entwicklung bei der ostdeutschen Kirchenzeitung TAG DES HERRN. Lag der Auflagenverlust aller Bistumszeitungen zusammen in den letzten Jahren durchschnittlich bei bis zu 6 Prozent pro Jahr, waren es beim TAG DES HERRN nur 1,9 Prozent. Damit hat die in Leipzig produzierte Kirchenzeitung die stabilste Auflagenentwicklung aller deutschen Bistumszeitungen. Auch dafür gibt es mehrere Gründe: Neben einer gut gemachten Zeitung und einer entsprechend intensiven Werbung neuer Abonnenten spielt der ostdeutsche Hintergrund eine Rolle. Die Kirchenzeitung hat hier eine treuere Leserschaft, denn: „Wer in dieser

Region katholisch ist, ist aus Überzeugung katholisch“, sagt Klenk. Das lässt sich auch mit anderen Zahlen belegen: So ist der Prozentsatz der Katholiken, die regelmäßig den Sonntagsgottesdienst besuchen, in den ostdeutschen Bistümern ebenfalls deutlich höher als im Westen.

## Publizistische Größe in Ostdeutschland

Dass der TAG DES HERRN nicht nur theoretisch gut da steht, zeigte eine Umfrage, die Christian Klenk unter den etwa 65 Teilnehmern des Winterseminars durchführte: Zwei Drittel von ihnen sind Abonnenten der Kirchenzeitung. „In den ostdeutschen Bistümern ist der TAG DES HERRN eine publizistische Größe, mit der man die Gläubigen im Bistum erreichen kann“, so Klenk.

Katholische Zeitungen gibt es in Deutschland seit etwa 200 Jahren. Mit dem schlichten Titel „Der Katholik - Religiöse Zeitschrift zur Belehrung und Warnung“ erschien 1821 in Mainz die erste katholische Zeitschrift. „Der Katholik“ war der Auftakt für eine rasante Entwicklung, die in der Regel nicht von der Amtskirche, sondern von überzeugten katholischen Männern vorangetrieben wurde. Der Höhepunkt war vor Beginn der Nazidiktatur erreicht: „1931 gab es in Deutschland etwa 430 Tageszeitungen, die man als katholisch einordnen kann und

noch einmal so viele Zeitschriften, wenn diese auch sehr geringe Auflagen hatten“, so Christian Klenk.

Mit dem Nationalsozialismus änderte sich das. Klenk: „Konfessionelle Blätter durften nicht mehr erscheinen. Im Konkordat zwischen Hitlerdeutschland und dem Vatikan war aber geregelt, dass jeder Bischof eine Zeitung herausgeben durfte.“ So entstanden die Bistumszeitungen, die bis heute in der Regel den jeweiligen Diözesanbischof als Herausgeber haben. Nach dem Krieg konnte die Vielfalt katholischer Tageszeitungen nicht wieder hergestellt werden. Auch gibt es - trotz der Vielzahl katholischer Zeitschriften - nach dem Ende des Weltbild-Magazins im Jahr 2001 kein katholisches Magazin von deutschlandweiter Bedeutung mehr.

Während das katholische Medienengagement im öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunk sowie im Internet in den letzten Jahrzehnten eine weitgehend positive Entwicklung genommen hat, fehlt eine tragfähige Lösung für die Probleme, die die Kirche mit ihren Printmedien hat. Hier gehen die Bistümer verschiedene Wege. Einige - wie der TAG DES HERRN - setzen auf Kooperation mit anderen Bistumszeitungen. Andere suchen nach neuen Wegen. „Es gibt die ersten kostenlosen Mitgliederzeitungen. Sie sind ein Versuch, katholische Christen mit gedruckten Medien zu erreichen, können aber die traditionellen Bistumszeitungen nicht ersetzen“, sagt Klenk. Im Bistum Hildesheim wird ein solches Mitglieder-Magazin parallel zur Bistumszeitung angeboten. Und nach dem Ende des Ruhrworts setzt das Bistum Essen ganz auf diesen Weg. Sechsmal im Jahr erscheint jetzt dort das Magazin „Bene“. Allerdings gibt es im Bistum Essen inzwischen auch wieder eine katholische Wochenzeitung. Das Blatt mit dem Titel „Neues Ruhr-Wort“ ist eine Privatinitiative und will die Lücke in der Medienlandschaft schließen, die aufgrund der Einstellung der bisherigen Bistumszeitung entstanden ist. Ein Experiment, auf dessen Ergebnis nicht nur Christian Klenk gespannt ist.



Christian Klenk sprach bei der Winterakademie in Schmochtitz über „Zustand und Zukunft kirchlicher Medien“. Foto: Bernd Heinze