

Helmuth Rolfes

Ein virtueller Friedhof

Trend zur anonymen Bestattung

Die Friedhöfe stehen bei aller Unterschiedlichkeit ihrer Gestaltung bis heute weitgehend in einer abendländisch-christlichen Tradition. Dabei geben die konkreten Erscheinungsbilder der Friedhöfe und der einzelnen Gräber aus verschiedenen Zeitepochen vielfältigen Aufschluß über die jeweils vorherrschende gesellschaftliche, kulturelle und religiöse Auffassung von Sterben und Tod, und sie spiegeln gleichzeitig soziale und gesellschaftliche Verhältnisse eines Ortes oder einer Region wider.

Heute richten sich Friedhöfe in ihrer Anlage nach den in den Friedhofsordnungen vorgegebenen Gestaltungsprinzipien, wie sie auf dem Hintergrund der jeweiligen kulturellen Tradition und den Erfordernissen der Verhältnisse vor Ort entwickelt wurden.

Für die Lebenden sind Friedhöfe ein sinnlich erfahrbarer Ort der Endgültigkeit des Todes, aber auch ein Ort der Trauer und der Klage, der Erinnerung und gegebenenfalls der Hoffnung auf ein von Gott gerettetes Leben durch den Tod hindurch. Der konkrete Bezugspunkt für die Trauer, die Klage, für die Erinnerung und die Hoffnung ist dabei das Grab. An dieser Stelle, zumeist durch einen Grabstein oder ein Grabkreuz namentlich gekennzeichnet, wurde der Tote bestattet. Ihm gilt der Besuch der Grabstelle. Durch die Grabpflege, das Niederlegen von Blumengestecken oder das Aufstellen von Totenlichtern wird über den konkreten Ort der Bestattung eine Beziehung zu dem Toten ausgedrückt.

Schon seit geraumer Zeit verändert sich in unserer Gesellschaft die traditionelle Bestattungskultur mit ihren Trauer Ritualen, und damit ändert sich langfristig das Erscheinungsbild der Friedhöfe. Letztlich zeigt sich darin auch ein veränderter Umgang mit dem Tod überhaupt.

Befördert durch die Zunahme der Feuerbestattung setzt sich vor allem in den Großstädten die sogenannte anonyme Bestattung durch. Auf vielen Friedhöfen entstehen immer größere, als Parklandschaft gestaltete anonyme Urnenfelder.

Ausgangspunkt für diesen Trend zu anonymen Bestattungen waren die skandinavischen Länder. Hier ist es üblich, bei einer anonymen Bestattung die Asche des Toten aus der Urnenkapsel auszustreuen und mit Erde zu vermengen: Der Tote wird endgültig dem Kreislauf der Natur zurückgegeben.

Ähnlich wie schon bei der Seebestattung, die aber eine vergleichsweise seltene und kostspielige Ausnahme bildet, gibt es bei der anonymen

Bestattung kein dem einzelnen Verstorbenen noch zuzuordnendes Grab. Die Bestattung der Urne wird von der Friedhofsverwaltung ohne Teilnahme der Angehörigen und außerhalb der Besuchszeit auf dem Urnenfeld vorgenommen. Für Klage und Trauer, für Gedenken und gläubige Hoffnung fehlt bei dieser Bestattungsform der konkrete Bezugspunkt, den bisher das Grab darstellte.

Eine Marktlücke?

Zur Erklärung der zunehmenden Beliebtheit der anonymen Bestattung in unserer Gesellschaft lassen sich eine Reihe von Gründen anführen. Es sterben aufgrund des Zerfalls der traditionellen Familienstrukturen immer mehr Menschen ohne nähere Angehörige, die bereit sind, die jahrelange und kostspielige Grabpflege zu übernehmen. Ausdrücklich religiöse Motive spielen für die Wahl der Bestattungsform immer weniger eine Rolle. Die anonyme Bestattung ist zudem auf Dauer gesehen billiger und befreit von aller weiteren Sorge um die Gestaltung und Pflege eines Grabes. Neben solchen praktischen Gründen wählen viele vielleicht auch deshalb diese Form der Bestattung, weil sich darin ihr eigenes Verständnis von Sterben und Tod - und damit auch von Leben - darstellt. Der Mensch als Teil der Natur ist dem Werden und Vergehen - wie alles Leben - ausgeliefert. Namenlos kehrt der Mensch im Tod in die Einheit mit der Natur zurück. Eine persönliche Hoffnung über den Tod, über die Gesetzmäßigkeit des Kreislaufs der Natur hinaus, gibt es nicht. Die anonyme Bestattung ist für eine solche Lebenseinstellung eine durchaus konsequente Ausdrucksform, auch wenn vermutlich in vielen Fällen bei der Wahl der anonymen Bestattung vorrangig nicht weltanschauliche, sondern praktische Gründe maßgeblich sein dürften.

Daß Hinterbliebene im Nachhinein doch nicht immer ganz mit der anonymen Bestattung eines Angehörigen ausgesöhnt sind, zeigen die an den Rändern der als Parklandschaft gestalteten anonymen Urnenfelder abgelegten Blumengestecke und Grablichter, die von den Friedhofsverwaltungen oft täglich weggeräumt werden. Das Bedürfnis für einen genau identifizierbaren Ort für das Gedenken, aber auch für die Trauer zu haben, scheint tiefer verwurzelt zu sein, als es eine mit der anonymen Bestattung verbundene Ideologie vielleicht wahrhaben will.

Genau bei diesem Bedürfnis setzt jedenfalls ein kommerzielles Internet-Projekt an, das am 19.05.1998 unter dem Titel „Hall of Memory - Die Gedenkstätte, in der die Erinnerung weiterlebt“ in Frankfurt präsentiert und eröffnet wurde.¹

¹ Die nachfolgenden Informationen sind der anlässlich der Eröffnung herausgegebenen

„Die Trauer“, so heißt es in der Pressemitteilung zur Eröffnungsveranstaltung, „ist nicht mehr zwingend an ein konkretes Grab gebunden, der Friedhof nicht mehr der einzige Ort der Erinnerung an die Verstorbenen.“ Das zeige die steigende Zahl anonymer Begräbnisse, die in Kiel 50% und an manchen Orten der neuen Ländern sogar 75% betrage. Im Grunde ließen sich aufgrund der technischen Entwicklung heute sehr viel individuellere Orte der persönlichen Erinnerungspflege an einen Verstorbenen gestalten, als es die durch viele Vorschriften reglementierten traditionellen Friedhöfe erlaubten. Ein solcher neuer und in diesem Sinne auch dem modernen Zeit- und Lebensgefühl angemessener Ort will die „Hall of Memory“ sein. Dazu sei noch einmal die Pressemitteilung zitiert: „Die ‚Hall of Memory‘ geht neue, zeitgemäße Wege des Totengedenkens. In dieser Gedenkstätte im Internet können die Lebenden – fernab gleichförmiger Reihengräber – die Toten auf ganz persönliche, individuelle Weise ehren, zu jeder Zeit und an jedem Ort der Welt. Jeder kann für einen lieben Verstorbenen eine Gedenkstätte schaffen, eine Lebensgeschichte 30 Jahre lang für die Nachwelt bewahren. Die ‚Hall of Memory‘ ist dabei nicht nur eine Stätte stiller Trauer, in der Hinterbliebene und Freunde des Verstorbenen gedenken können. Trauernde finden einen Raum für Rat und Lebenshilfe. Anderen Besuchern wird die umfangreiche Literatur- und Kunstsammlung einen Ort des Nachdenkens und der Besinnung bieten.“

Die „Hall of Memory“: ein großangelegtes kommerzielles Projekt

Im Kern handelt es sich bei der „Hall of Memory“ um eine Art virtuellen Friedhof, umgeben von einer Reihe von auf das Friedhofsprojekt hin geordneten Serviceangeboten, wie sie auch sonst im Kontext von Sterben und Tod, von Trauer und Bestattung gegeben sind.

Entsprechend stehen im Zentrum des „Hall of Memory“-Projektes die in unterschiedliche Bereiche eingeteilten Gedenkeinträge. Auf die Vorstellung vom Friedhof übertragen handelt es sich dabei um unterschiedliche Gräberfelder, deren Belegung sich nach einer von der Friedhofsverwaltung (in diesem Falle der Projektfirma) vorgegebenen Ordnung richtet. Wer den virtuellen Friedhof im Bereich der Gedenkeinträge besucht, wird nicht nur mit der Anlage und den durch Anklicken verfügbaren Angeboten des Projektes vertraut gemacht, er wird im Umfeld des Fried-

Pressemappe und dem unter „<http://www.hall-of-memory.com>“ einsehbares Projekt im Internet entnommen. In Anführungszeichen gesetzte Texte sind wörtliche Zitate aus diesen Quellen.

hofs auch emotional auf den Besuch eingestimmt. So begegnet der Besucher folgendem Gedicht von Heinrich Heine, bei dem als Hintergrundmotiv eine Grabplatte mit einer Skulptur zu sehen ist, die einen mit dem Gesicht zur Erde gefallen Menschen darstellt.

Wo wird einst des Wandermüden
 letzte Ruhestätte sein?
 Unter Palmen in dem Süden?
 Unter Linden an dem Rhein?

 Werd ich wo in einer Wüste
 eingeschart von fremder Hand?
 Oder ruh ich an der Küste
 eines Meeres in dem Sand?

 Immerhin! Mich wird umgeben
 Gotteshimmel dort wie hier.
 Und als Totenlampen schweben
 Nachts die Sterne über mir.“

In einem nächsten Bild schaut der Besucher dann in den Innenraum der monumentalen Befreiungshalle von Kelheim. Es handelt sich bei dieser Befreiungshalle um ein Denkmal, das am 18. Oktober 1863 von dem damals schon abgedankten König Ludwig I., genau 50 Jahre nach der sogenannten Völkerschlacht, eingeweiht wurde. In dem auf dem Bild sichtbaren kreisförmigen Innenraum der Befreiungshalle stehen im Erdgeschoß vor großen Nischen überlebensgroße Engelgestalten. In dem Kelheimer Bauwerk handelt es sich bei diesen Engelgestalten um 34 sogenannte Viktorien, die jene 34 Staaten symbolisieren, die nach Napoleons Fremdherrschaft noch existierten. Die Viktorien halten jeweils zu zweit eine Bronzetafel, auf denen die Namen einzelner Schlachten aus den Befreiungskriegen verzeichnet sind. Im oberen Bereich der Halle sind 18 Tafeln mit den Namen berühmter Feldherren und eroberter Festungen angebracht. In der Raummitte steht, in den Marmorfußboden eingelassen, folgender Spruch: „Moechten die Teutschen nie vergessen was den Befreiungskampf nothwendig machte und wodurch sie gesiegt.“

Im Werbeprospekt der Projektfirma heißt es zu dieser Halle: „In diesem feierlichen Rahmen bleiben Erinnerungen lange lebendig ... Schauen Sie sich um.“ Die Funktion dieses mit meditativer Musik kombinierten Bildes innerhalb des „Hall of Memory“-Projektes ist eindeutig: Das ist die „Hall of Memory“, das ist die Gedenkhalle des virtuellen Friedhofs. Dabei kommt es auf den historischen Hintergrund der abgebildeten Kelheimer Befreiungshalle nicht mehr an. Wichtig ist der allgemeine, kolos-

sale Eindruck, der eine weihevollle Stimmung erzeugen und die Dauerhaftigkeit der in einer solchen Halle präsentierten Erinnerungen („... nie vergessen ...“) signalisieren soll.

Auch ein weiteres Bild von einer weitausladenden Parklandschaft mit einem hohen blauen Himmel, ebenfalls mit meditativer Musik unterlegt, muß für die Orientierung im „Hall of Memory“-Projekt nicht groß erklärt werden. Im Untertitel heißt es: „Finden Sie Ruhe und Besinnung im Park of Memory.“ Alles, was man bei einem Gang über einen Friedhof finden kann, nämlich tröstliche Anregungen, allgemeine Gedenkstätten und gestaltete Landschaft, wird auch dem Besucher des virtuellen Friedhofs der „Hall of Memory“ angeboten.

So eingestimmt gelangt der Besucher nun in den Bereich der „Memorial-Gedenkstätten“, den Bereich also, in dem sich die „Ruhestätten“ der Verstorbenen befinden. In der Selbstdarstellung des Projektes wird bereits schon an der Wortwahl deutlich, daß es sich hier um den eigentlichen Friedhof, den Friedhof der Zukunft handelt. „Hier können Trauernde für ihre Verstorbenen eine dauerhafte Ruhestätte schaffen.“ Diese Ruhestätten im Internet sind dauerhafter als jene wegen Platzmangel mit immer kürzerer Belegungsdauer vergebenen Grabstätten auf einem konventionellen Friedhof.

Der virtuelle Friedhof hat zur Zeit acht Bereiche, von denen drei für jedermann offenstehen. Der erste Bereich dieser ‚Memorial‘-Gedenkstätte besteht aus kurzen Textnachrufen (etwa 200 Worte) in Kombination mit einem Bildmotiv als Texthintergrund. Der Preis für diesen in der „Hall of Memory“ auf 30 Jahre reservierten Ruheplatz beträgt 398,- DM. Wird der Texteintrag in einer Fremdsprache gewünscht beträgt der Preis 574,- DM. Gedacht ist diese an der unteren Preisskala angesiedelte Ruhestätte als Angebot für diejenigen, die an der klassischen Form des Totengedenkens, wie wir sie beispielsweise auch in den Todesanzeigen kennen, anknüpfen möchten. Die von der Projektfirma vorgegebenen Text- und Bildbeispiele sind deshalb auch ähnlich wie Todesanzeigen gestaltet. Ins Auge fällt die geradezu sentimental-kitschige Motivauswahl als Texthintergrund. Für gläubige Christen wird als Motiv „Engel des Friedens“ und „Betende Hände“ vorgehalten. Ansonsten bietet die Firma je nach der Persönlichkeit des Verstorbenen passende Naturmotive an: unendlicher Wolkenhimmel; majestätische Bergwelt; herbstliche Nebel; ewig wogendes Meer.

„War der Verstorbene ein offener Geist, der mit Weitblick durchs Leben ging? Dann bietet das Hintergrundmotiv ‚Unendlicher Wolkenhimmel‘ seinem Angedenken Weite und Offenheit über den Tod hinaus.“ Mit dieser Anregung zur Bildauswahl passend zur Persönlichkeit des Verstorbenen schlägt die Firma ein Motiv vor, nämlich weiße Wolken, die

sich vor einem blauen Hintergrund türmen. Das dunkel gehaltene Foto von zwei Bäumen mit einem kleinen Wegkreuz vor einem milchig-nebeligen Hintergrund wird mit folgender Erläuterung angeboten: „Wenn ein junges Leben ein unerwartetes Ende fand, kann das Hintergrundmotiv ‚Herbstliche Nebel‘ der Gedenkstätten ausgleichende Besinnlichkeit und Würde verleihen.“

Der zweite und dritte Bereich enthält „Nachrufe“ und „Individuelle Einträge“. Während der erste Bereich - gewissermaßen das erste Gräberfeld des virtuellen Friedhofes - im Grunde genommen aus mehr oder weniger standardisierten „Todesanzeigen“ besteht, enthält der Bereich „Nachrufe“ individuell verfaßte Texte, kombiniert mit Bildern. So gibt es die Möglichkeit, Fotos des Verstorbenen oder auch Bilder von Gegenständen, die für den Verstorbenen eine persönliche Bedeutung hatten, in diesen Nachruf einzufügen. Solche „Nachrufe“ kosten immerhin bei maximal 600 Wörtern auf Deutsch 1.696,- DM, in einer Fremdsprache 2.280,-DM. Als Beispiel wird von den hinterbliebenen, jetzt längst erwachsenen Kindern die rastlose Liebe und Sorge der eigenen Mutter beschrieben, die im Alter von 79 Jahren an Krebs verstarb. Der Text umrahmt das Portrait der alten Dame, das selbst noch einmal von einer Gold- und Perlenkette umgeben ist. Natürlich ist der Nachruf farbig gestaltet.

Im dritten Bereich der „Individuellen Einträge“ gibt es zusätzlich zu Texten und Bildern alle weiteren Gestaltungselemente, die das Medium möglich macht. Dazu gehören Filme, persönliche Videoaufnahmen und Tondokumente. Die zu Werbezwecken vorbereitete CD-ROM präsentiert für diese Abteilung als Beispiel die Biographie einer jungen Frau von der Geburt bis zu ihrem Selbstmord. Beschrieben wird diese Biographie von dem Bruder und dem Freund der Verstorbenen, der der Biographie einen Gedenkeintrag hinzufügt.

In diesem Gedenkeintrag beschreibt der Freund höchst persönliche Erfahrung mit der Verstorbenen: „Ende 1961 wurde Regine schwanger. Ich wollte unbedingt heiraten, ihr Kind erleben. Sie hatte Angst vor diesem Schritt, fühlte sich noch nicht reif. Nach vielen Versuchen, eine Lösung zu finden, die ihren Intentionen entsprach, entschied sie sich für eine Abtreibung und schrieb, ich sei nicht der Mann, auf den sie gewartet hätte.“

Auch der übrige Text des Nachrufs enthält eine Fülle persönlicher Daten aus dem Leben der Verstorbenen. Fotos veranschaulichen den Text, und es ist zusätzlich möglich, das Lachen der Verstorbenen sowie ihr Lieblichschanson anzuklicken.

Für diese „Individuellen Einträge“ gibt es keine festen Preise. Sie dürften aber erheblich höher sein als für die „Ruhestätten“ der Bereiche

eins und zwei. Immerhin muß man schon für ein künstlerisch gestaltetes Relief oder für eine Büste des Verstorbenen einschließlich Texteintrag 4.500,- DM zahlen.

Nach der Bestattung, also nach dem Eintrag in den virtuellen Friedhof, gibt es für jeden dieser Bereiche zusätzlich auch die Möglichkeit, eine Danksagung - begrenzt auf 6 Monate - zu gestalten (maximal 130 Worte: 298,- DM). Kondolenzkarten können geschickt werden und werden per E-Mail weitergeleitet. Damit kein Mißbrauch getrieben wird, werden alle Gedenkeinträge gesichert und auch die im Internet veröffentlichten Kondolenzkarten werden vor ihrer Veröffentlichung überprüft. Genau wie auf dem traditionellen Friedhof ist es auch auf dem virtuellen Friedhof möglich, das Grab über Internet zu besuchen und Blumen niederzulegen oder ein Licht anzuzünden. Der virtuelle Friedhof ist immer geöffnet. Besucher, Trauernde, Angehörige aus aller Welt können, sofern sie einen Internetzugang haben, zu jeder Zeit die „Ruhestätten“ über Mausclick besuchen. Die Projektfirma bietet darüber hinaus die Möglichkeit an, beispielsweise an bestimmten Gedenktagen wie am Geburtstag des Verstorbenen oder auch am Totensonntag für die virtuellen Ruhestätten Totenlichter, Madonnen, Blumengestecke oder Gedenksteine zu bestellen und an der Ruhestätte niederzulegen, natürlich gegen Bezahlung (einmalig 45,- DM, bei zwei Terminen im gleichen Jahr 75,- DM, bei drei Terminen im Jahr 99,- DM).

Wer zu Lebzeiten bereits seine eigene Ruhestätte im Netz selber gestalten will, erhält auf alle Eintragungen einen Rabatt von 20%. Mit seinem Ableben wird dann der Eintrag veröffentlicht. In den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Gedenkeinträge wird von der Projektfirma die Zugriffsmöglichkeit auch durch Dritte im Internet für die Dauer von 30 Jahren zugesichert, es sei denn das Internet würde eingestellt oder endet durch höhere Gewalt. Mit anderen Worten: Die Belegdauer der virtuellen Grabstelle beträgt 30 Jahre.

Neben diesen drei genannten, für alle zugänglichen Bereiche bietet der virtuelle Friedhof einen weiteren Bereich für prominente Persönlichkeiten und einen Bereich für Aids-Opfer an, sowie Ruhestätten von Verstorbenen jüdischen, hinduistischen und muslimischen Glaubens.

Im Bereich „Prominente“ wird als Beispiel ein mit zwei Fotos gestalteter Nachruf auf James Dean vorgeführt. Die Prominenten-Abteilung des virtuellen Friedhofs soll jenen, die den Wunsch haben, „in diesem Teil der Gedenkstätte umherzustreifen“, Anregungen und gegebenenfalls „Trost und Kraft für das eigene Tun“ geben. Sie erzeugt bei dem normalen, eben nicht prominenten Nutzer des Friedhofs zudem das Bewußtsein, gemeinsam mit bedeutsamen Persönlichkeiten verewigt zu sein.

Die Einrichtung eines eigenen Bereiches für Aids-Opfer knüpft an eine

Aktion 1996 in Washington an, bei der vor dem Weißen Haus eine große Decke, zusammengefügt aus vielen einzelnen mit den Namen von Aids-Toten beschrifteten Teilen, niedergelegt wurde. Als Beispiel für die Eintragung eines Aids-Opfers erzählen drei Freunde das „Coming out“ eines jungen homosexuellen Mannes und seinen mutigen Kampf gegen Aids, den er bis zum Schluß seines Lebens geführt hat. Beigefügt ist ein Foto der Freundesgruppe.

Die drei weiteren Bereichen richten sich an Juden, Muslime und Hindus. Sie wollen eine angemessene Verknüpfung des jüdischen, muslimischen und hinduistischen Glaubens mit dem modernen Medium des Internet herstellen. Zur Zeit werden diese Bereiche nur mit kurzen Texten zum jüdischen, muslimischen und hinduistischen Verständnis von Sterben und Tod eingeleitet. Beispiele für konkrete Gedenkeinträge gibt es nicht. Diese Abteilung des Friedhofs ist also noch nicht belegt. Die Bereiche für die nicht-christlichen Religionsgemeinschaften dürften deshalb momentan wohl eher die dem Internet entsprechende globale Weite des virtuellen Friedhofs verdeutlichen sollen.

Die acht bislang vorgegebenen Bereiche des Friedhofs können nach Bedarf natürlich ergänzt werden, zumal es im virtuellen Bereich keine Raumprobleme gibt. Zu denken wäre hier beispielsweise an eine Gedenkstätte für Opfer von Kriegen und Gewalt, möglich wäre auch, unter Umständen in Zusammenarbeit mit den dafür bisher zuständigen Institutionen, eine Kriegsgräbergedenkstätte. Die Geschäftsführung des Projektes schließt solche Planungen für die Zukunft jedenfalls nicht aus.

Es bleibt noch anzumerken, daß rund um den virtuellen Friedhof weitere Serviceangebote von der Projektfirma angekündigt sind: So soll ab Oktober 1998 die Life-Übertragung von Trauerfeiern für einen geschlossenen Teilnehmerkreis oder auch öffentlich für jeden Internet-Nutzer möglich sein. Sogenannte Sieben Tage Trost- und Beratungsgespräche sollen für besondere Gelegenheiten und für Trauernde eingerichtet werden. Auch diese Gespräche werden über das Internet laufen. Schließlich werden Informationen der unterschiedlichsten Art angeboten. So kann man sich beispielsweise über Bestattungsformen informieren, für den konkreten Trauerfall werden praktische Hinweise gegeben, es sollen Adressen aus der Region (z.B. von Bestattungsunternehmen) aufgelistet werden, an die man sich gegebenenfalls wenden kann usw. Die meisten dieser Angebote sind freilich zur Zeit noch nicht verfügbar. Sie befinden sich erst in der Planung.

Ein Friedhof der Zukunft?

Das „Hall of Memory“-Projekt tritt neben seinem unverkennbaren kommerziellen Interesse auch mit dem Anspruch auf, für eine Zukunft, in der immer mehr Lebensbereiche durch die modernen Medien und ihre vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten geprägt werden, eine angemessene Form des Totengedenkens zu entwickeln, die auf Dauer vielleicht sogar die traditionelle Bestattungskultur mit ihren Trauerritualen ablösen könnte.

Das gesamte Projekt steht noch am Anfang seiner Entwicklung. Texte, Bilder und Tongestaltungen folgen in dieser Phase weitgehend konventionellen Mustern. Der Friedhofsbesucher sitzt vor dem Bildschirm und bewegt sich über Mausclick durch die Friedhofsanlage. Denkbar wäre in einer nächsten Entwicklungsstufe aber auch die Simulation eines Raumgefühls, bei dem die Distanz von Betrachter und Bildschirm überwunden wird und der Friedhofsbesucher den Eindruck hat, sich tatsächlich auf einem großen Friedhofsgelände, in einem weitläufigen Park oder in einer Gedenkhalle zu befinden, und sich dort auch im Raum bewegen zu können. Die Vorstellung, sich beim Totengedenken mit einem Cyberspace-Helm auf dem Kopf über einen virtuellen Friedhof zu begeben und dort eine ganz eigene Möglichkeiten der Begegnung mit dem Verstorbenen auf seiner Ruhestätte zu erleben, wird vermutlich bei vielen Menschen zur Zeit noch eine spontane Ablehnung hervorrufen. Diese Vorstellung ist ja tatsächlich auch sehr gewöhnungsbedürftig, genau wie der umfassende Umgang mit dem Medium selbst ebenfalls noch gewöhnungsbedürftig ist. In dem Maße aber, in dem das Internet zur Alltagsrealität gehört und in dem aufgrund von technischen Weiterentwicklungen der Unterschied in der Wahrnehmung von realer und virtueller Welt verwischt werden kann, steigen auch die Chancen, daß für einen so sensiblen Bereich wie das Totengedenken, das Internet und z.B. Cyberspace genutzt werden.

Vermutlich wird sich der virtuelle Friedhof, so wie er zur Zeit in dem Projekt präsentiert wird, nicht durchsetzen. Aber darum geht es im Grunde nicht. Die interessantere Frage ist, ob sich die Idee eines virtuellen Friedhofs - vielleicht in veränderter Form - auf Dauer durchsetzt. Man darf ja nicht vergessen, daß sich das Projekt im gegenwärtigen Stadium leicht weiterentwickeln und auch verändern läßt. Fehler können korrigiert werden. Auch Texte und Bilder können schnell ersetzt oder verändert werden. Die augenblicklich bereitgehaltenen Texte zum jüdischen, muslimischen und hinduistischen Todesverständnis und zu den in diesen Religionen üblichen Bestattungsformen machen beispielsweise in der jetzigen Fassung einen eher flüchtig zusammengeschriebenen, oberflächlichen Eindruck. So ist für diesen Bereich z.B. auch zu fragen,

ob es für Juden wie für Moslems nicht gleichermaßen problematisch ist, wenn in der Abteilung der Gedenkstätte für Juden nun gerade die große Moschee auf dem Tempelberg in Jerusalem abgebildet wird. Hier wurde wahrscheinlich sehr schnell und wenig kenntnisreich gearbeitet, um den virtuellen Friedhof in den ersten drei Bereichen, die breit gestreut kommerziell genutzt werden können, schon einmal in Betrieb zu nehmen.

Ob sich das Projekt bereits rechnet, kann von außen nicht beurteilt werden. Dafür dürfte auch die Laufzeit noch viel zu kurz sein. Auch die Frage, für wen der virtuelle Friedhof ein attraktives Angebot modernen Totengedenkens darstellt, dürfte zur Zeit nicht klar zu beantworten sein.

Für die ältere Generation z.B. ist das Internet kein vorrangiges und bevorzugtes Kommunikationsmedium. Von daher wird für diese Zielgruppe auch der virtuelle Friedhof nicht ein nachgefragter Ort der Trauer und des Gedenkens werden. Auch dürfte der soziale Druck in einem Todesfalle es zumindestens zur Zeit noch nicht zulassen, daß die Angehörigen eines Verstorbenen bestimmte Trauer- und Gedenkrituale einfach in das Netz verlagern.

Denkbar wäre aber, daß ganz bestimmte Zielgruppen den virtuellen Friedhof als den für sie angemessenen Ort ihres Totengedenkens annehmen. Höchst aufschlußreich ist das Beispiel der Ruhestätte eines Aidsopfers. Bei entsprechender Werbung und guter Aufmachung könnte sich auf dieser Abteilung des virtuellen Friedhofs durchaus eine Szenen- und Schicksalsgemeinschaft treffen, die in unserer Gesellschaft nach wie vor abgedrängt und zum Teil auch diskriminiert existiert, und die hier nun gerade einen gleichermaßen öffentlichen wie auch persönlich gestaltbaren Ort für Trauer und Selbstdarstellung findet.

Auch andere Gruppen, die schicksalhaft durch ihren Tod verbunden sind, z.B. als Opfer einer großen Katastrophe, und die als einzelne an ganz unterschiedlichen Orten begraben sind, könnten auf dem virtuellen Friedhof noch einmal als Schicksalsgemeinschaft und in individueller Würdigung zusammengeführt werden. An solchen Gruppengedenkstätten können sich nach der ausdrücklich geäußerten Überzeugung der Projektfirma deswegen auch besonders gut Gemeinschaften und Gruppen treffen und einen symbolischen Ort der Begegnung schaffen, die dazu sonst kaum eine Gelegenheit haben.

Ob und gegebenenfalls wie das „Hall of Memory“-Projekt Akzeptanz findet, läßt sich aus vielen Gründen zur Zeit noch nicht sagen. Hier bedarf es weiterer Beobachtungen und gegebenenfalls eines neuen Berichtes. Aber unabhängig von der Frage, ob das Frankfurter „Hall of Memory“-Projekt erfolgreich sein wird oder nicht, tauchen in der Auseinandersetzung mit der Idee des virtuellen Friedhofs doch auch grundsätzliche Fragen auf, die über das konkrete Projekt hinausreichen.

Könnte es nicht sein, daß unsere moderne Gesellschaft, die ohnehin durch massive Verdrängungsversuche von Sterben und Tod aus dem öffentlichen Leben gekennzeichnet ist, um ihren ungestörten Ablauf zu sichern, nun gerade im virtuellen Friedhof mit all seinen Serviceangeboten jene geeignete Form der Bewältigung des letztlich nicht abschaffbaren oder verhinderbaren Todes gefunden hat, die ihren reibungslosen Ablauf nun vollends nicht mehr irritiert und schon gar nicht unterbricht? Der virtuelle Friedhof versucht die kulturell und religiös gewachsenen Formen und Rituale im Kontext von Tod und Bestattung im Netz zu realisieren. Die konkrete Gemeinschaft wird dadurch von ihrer Aufgabe befreit, dem einzelnen in seiner Trauerarbeit beizustehen. Der Tod kann auf diese Weise aus der Gesellschaft ausgebürgert werden. „Das Verschwinden eines einzelnen unterbricht nicht mehr ihren kontinuierlichen Gang. Das Leben der Großstadt wirkt so, als wenn niemand mehr stürbe.“²

Denkt man das „Hall of Memory“-Projekt unter Einbeziehung weiterer Entwicklungsmöglichkeiten radikal zu Ende, so bleibt in der Logik dieses Projektes im konkreten Todesfall zugespitzt eigentlich nur noch ein Problem, das im Netz selbst nicht gelöst werden kann: die tatsächliche Entsorgung des Leichnams. Natürlich könnte dafür ein Dienstleister über Internet geordert werden, der die anonyme Bestattung erledigt. Letztendlich bedürfte es nicht einmal mehr einer Friedhofskultur außerhalb des Netzes.

Für viele Menschen bedeutet der Besuch des Grabes nach wie vor aber doch noch eine leibhaftig erlebbare Möglichkeit, den Schmerz über den Verlust eines geliebten Menschen zu verarbeiten, die erfahrene Unausweichlichkeit des Todes in die eigene Lebenswirklichkeit zu integrieren und ebenfalls eine Kommunikation mit dem verstorbenen Menschen als orientierendes Moment der eigenen Lebensgeschichte zu pflegen. Für den gläubigen Christen drückt sich im Besuch des Grabes und im Gebet am Grab des Verstorbenen darüber hinaus auch die Hoffnung aus, daß diesem, an dieser Stelle bestatteten Menschen von Gott selbst eine Zukunft zugesprochen ist. Das Grab war deshalb für den christlichen Glauben seit je her ein bedeutsamer Ort der Verkündigung der Auferstehungshoffnung. Die neutestamentliche Ostererzählung vom leeren Grab weist schon darauf hin: Genau am Ort des Todes, am Grab, an dem die Endgültigkeit des Todes durch den das Grab versiegelnden Stein noch zusätzlich hervorgehoben wurde, wird die Botschaft der Auferweckung verkündigt.

Nun könnte man einwenden, daß sich ja all das auch im Netz realisie-

² Philip Aries, *Geschichte des Todes*, München-Wien 1980, 716.

ren ließe. Auch hier würde die Ruhestätte des Verstorbenen besucht und natürlich könnte man, technisch vielfältig gestaltbar, die christliche Hoffnung über das Medium eindrucksvoll verkünden. Dieser Einwand übersieht, daß es menschliche Erfahrungen, gerade auch dort, wo sie existentielle Fragen berühren, nie ohne den konkret sinnlichen, leibhaftigen Ausdruck gibt. Nur um den Preis einer unmenschlichen Reduktion läßt sich dieser Erfahrungsbereich virtuell kompensieren. Solche virtuelle Kompensation führt letztlich in Isolation. Gemeinschaftliches Leben, welches immer auf leibhaftige Vermittlung angewiesen ist, läßt sich nicht virtuell kompensieren. Die mit dieser Feststellung verbundenen anthropologischen Thesen können hier nicht weiter diskutiert werden. In diesem Zusammenhang soll lediglich gefragt werden, ob nicht das Projekt des virtuellen Friedhofs ein weiteres Indiz für die von vielen geäußerte Vermutung sein könnte, daß die moderne Mediennutzung in unserer Gesellschaft langfristig auf eine Veränderung des Menschenbildes und damit gleichzeitig auch auf eine Wandlung der mit diesem Menschenbild verbundenen Werte und Lebenshaltungen hinaus läuft.

Abschließend sei noch auf ein anderes Problem aufmerksam gemacht: Zur Trauer, zur Bewältigung des Schmerzes über den Verlust eines Menschen sowie zur Beileidsbekundung und tröstlichen Anteilnahme gehören, trotz öffentlicher Bekundung von Trauer und Anteilnahme, auch Diskretion und die Achtung vor der Intimsphäre. Trauerrituale und Formen des Beileids haben deshalb immer auch die Funktion, einen Voyeurismus gegenüber menschlichen Grenzsituationen zu zügeln. Der virtuelle Friedhof und seine Möglichkeiten lassen hier Schlimmes ahnen. Der die Persönlichkeit und die Würde des Menschen schützende Unterschied von Privatem und Öffentlichem scheint sich auf dem virtuellen Friedhof nämlich zu nivellieren, wie schon das Muster des Nachrufes und des Gedenkeintrages der an Selbstmord verstorbenen Frau belegen. Es ist fraglich, ob sich über die „Friedhofsordnung“ des virtuellen Friedhofs ein die Diskretion und die menschliche Würde mißachtender Voyeurismus zügeln läßt, oder ob nicht die technischen Möglichkeiten eine solche Eigendynamik entwickeln, daß am Ende Privates in unerträglicher Weise öffentlich gemacht wird. Eine solche Entwicklung würde nicht verwundern, da sie ohnehin in vielfältiger Weise in unseren Medien zu beobachten ist.

Es ist nicht auszuschließen, daß der virtuelle Friedhof für viele Menschen tatsächlich einmal der Friedhof der Zukunft sein wird. Aber was würde das für die Zukunft einer humanen Gesellschaft bedeuten?

Markus Lahrman

Virtuelle Wächter

Jugendschutz im Internet funktioniert nicht mit den herkömmlichen Mitteln: Eine gesellschaftliche Debatte ist an der Zeit

Jugendschutz und Schutz der Menschenwürde stehen durch das neuartige Medium Internet vor bisher nicht gekannten Herausforderungen. Diese bei dem atemberaubenden Tempo der Entwicklung von audiovisuellen Medien und digitalen Informationsdiensten nicht zu vernachlässigen, erfordert Interesse, Verantwortung und Know how nicht nur von Politikern, Pädagogen und Geschäftsleuten. Es muß der Gesellschaft gelingen, die richtige Balance zu finden (oder besser: neu zu definieren) zwischen der Freiheit des Wortes und Bildes und der Berücksichtigung der Interessen der Allgemeinheit. Es gilt, in einem breiten Konsens den Widerspruch zu entschärfen zwischen einer Politik der Förderung neuer Medien und dem Schutz vor Mißbrauch durch wenige. Notwendig ist eine Debatte über die Förderung von Medienkompetenz und die Verantwortung des einzelnen in einer Welt, die ohne die neuen Medien nicht mehr vorstellbar ist.

Seit Anfang der 90er Jahre hat sich die Anzahl der Personal Computer (PC) in Deutschland fast verdreifacht. 21 Millionen PCs stehen heute in den Büros und in den privaten Haushalten. Das entspricht einer Zahl von 24 PCs je 100 Einwohner (zum Vergleich: In den USA kommen 48 PCs auf 100 Einwohner). Ein Standard-PC und ein Modem genügen, um im Netz der Netze zu „surfen“; in Deutschland verfügen inzwischen rund 4,5 Millionen Bürger über einen eigenen Zugang zum Internet. Je weiter verbreitet das neue Medium ist, desto mehr haben auch Kinder und Jugendliche unkontrolliert Zugang.

Wie lassen sich Kinder und Jugendliche, die im Internet surfen, vor obszönen, pornographischen, rassistischen oder gewaltverherrlichenden Bildern und Texten schützen? Wie kann es gelingen, die Anbieter und am besten gleich die Hersteller solcher Inhalte zu finden und zu identifizieren, sie gegebenenfalls zu bestrafen, auf jeden Fall aber unschädlich zu machen? Was kann der Gesetzgeber tun, um gleichzeitig die ungeheuren Chancen der neuen Medien zu erhalten und nutzen? Wo geraten polizeiliche Maßnahmen zum Jugendschutz in Konflikt mit anderen Grundwerten wie Pressefreiheit, Postgeheimnis usw.?

Über Fragen dieser Art streiten Verantwortliche in Politik und Polizei, Provider (wie die Anbieter von Telediensten genannt werden), die Netzgemeinde und Journalisten, seit das Internet in Deutschland eine Verbreitung über die Hochschulen und Spezialdienste hinaus gefunden hat

und praktisch für jedermann zugänglich geworden ist (also etwa seit 1993/94).

Der Fall Compuserve

Schlagzeilen löste Ende 1995/Anfang 1996 der Fall Compuserve aus: Damals sperrte der Online-Gigant zunächst für einige seiner deutschen Kunden, dann für alle Netzbenutzer den Zugang zu fast 200 Diskussionsforen (Newsgroups) im Internet. Die bayerische Staatsanwaltschaft hatte zuvor die Firmenräume von Compuserve wegen des Verdachts der Verbreitung kinderpornographischer Darstellungen durchsucht. Sie „empfahl“, Newsgroups zu überprüfen, in denen das Wort Sex auftauchte. Betroffen von der Sperre waren die damals weltweit etwa vier Millionen Compuserve-Kunden, die den Online-Provider für einen Zugang zum Internet bezahlten. Unter ihnen befanden sich jedoch nicht nur Interessenten an Pornobildern, sondern auch Selbsthilfegruppen für sexuelle Probleme oder Krankheiten und Diskussionsteilnehmer in Foren über Homosexualität und Aids.

Die Reaktionen der Compuserve-Kunden auf diesen Zensurakt waren heftig: Zehntausende kündigten ihr Abonnement, es gab wütende Diskussionen und Beschimpfungen, amerikanische Schwulengruppen riefen sogar zum Boykott deutschen Bieres auf.¹ Die Compuserve-Manager wurden zunehmend nervös, nach wenigen Wochen gaben sie den Zugang zu den meisten Newsgroups wieder frei. Gleichzeitig drehten sie den Zensur-Spieß um: Das Schutzprogramm „CyberPatrol“ wurde kostenlos verteilt. Auf dem PC des Netz-Users installiert; verhindert es den unbeschränkten oder unbemerkten Zugriff von Kindern auf definierte Internet-Inhalte. Damit können Dateien, in denen Worte oder Wortteile wie *erotic*, *gasm*, *hore*, *sex* vorkommen, komplett blockiert werden. Eine Liste mit mehreren tausend - nach Einschätzung von Eltern möglicherweise bedenklichen - Internet-Angeboten wird von dem Wächter-Programm benutzt und ständig automatisch aktualisiert. Inzwischen gibt es weitere Filterprogramme zum Schutz von Kindern und Jugendlichen: „Surf-Watch“, „Net Nanny“ oder „Cybersitter“ funktionieren allerdings nur, wenn die Anbieter ihr Programm selbständig codieren. Gleichzeitig müssen Eltern und Lehrer zumindest soviel Interesse und Verantwortung haben und über die technischen Fähigkeiten verfügen, daß sie diese Software auch installieren können.

Der Fall Compuserve (dem ein „Fall T-Online“ und andere folgten)

¹ In San Francisco wurde bei einer Demonstration am 14. Dezember 1995 medienwirksam deutsches Bier in den Rinnstein geschüttet.

macht das zentrale Dilemma jedes Online-Providers deutlich. Der Dienst hatte immer betont, er sei als Anbieter, der lediglich für den technischen Zugang zum Netz der Netze sorgt, nicht für die Inhalte verantwortlich. Die Münchener Staatsanwaltschaft hingegen war gegen ihn wegen der „Verbreitung von Pornographie“ tätig geworden. Dazu muß allerdings nachgewiesen werden, daß diese Tat „wissentlich und willentlich“ geschehen ist, so fordert es der entsprechende Paragraph 148 des Strafgesetzbuches. Nur ist diese Frage angesichts der Dimensionen des weltumspannenden Internet schwer zu klären und strafrechtlich relevant nachzuweisen. Schließlich, so argumentieren die Provider, könne die Post auch nicht für den Inhalt der von ihr transportierten Briefe zur Verantwortung gezogen werden, genausowenig wie die Telekom verhindern kann, daß ihre Kunden sich übers Telefon „Schweinereien“ ins Ohr säuseln. Die Staatsanwaltschaft München ermittelte dennoch weiter und erhob schließlich im April 1997 Anklage gegen Felix Somm, den vormaligen Geschäftsführer von Compuserve Deutschland.

Die Grenzen nationalen Rechts

Kontrolle und Zensur zum Schutz vor Kinderpornographie, neonazistischem und rassistischem Gedankengut könnte am einfachsten funktionieren, wenn sich die Urheber dingfest machen ließen. Doch die leben nicht immer dort, wo gerade eine Staatsanwaltschaft tätig wird. Nationales Recht hört in der Regel an den Staatsgrenzen auf. Bücher, Schriften und andere NS-Propagandamittel dürfen in den Vereinigten Staaten nicht nur hergestellt, sondern als freie Meinungsäußerung auch vertrieben werden. In Deutschland ist das undenkbar. Im Iran sind Newsgroups mit christlichen Themen verboten. Welches westliche Land würde einem iranischen Gericht bei der Verfolgung eines „Rechtsbrechers“ helfen, der die päpstlichen Enzykliken diskutiert hat? Den König von Thailand zu beschimpfen, ist in jenem Land strafbar, sonst nirgendwo auf der Erde. Trotzdem werden die thailändischen Behörden kaum jene Amerikaner belangen können, die in der Newsgroup *soc.culture.thailand* über König Bhumipol gelästert hatten.

In der Europäischen Union ist Kinderpornographie (in Form von Fotos, „Pseudofotos“ oder bewegten Bildern) der „zweifelloso am einmütigsten verbotene Inhalt“, heißt es im „Grünbuch Jugendschutz“ der Europäischen Kommission.² Einig ist man sich in Europa auch beim Verbot von

² Grünbuch über den Jugendschutz und den Schutz der Menschenwürde in den audiovisuellen und den Informationsdiensten. Hrsg. von der Kommission der Europäischen Gemeinschaften [KOM(96) 483 endg.], Brüssel, den 16.10.1996.

Gewaltpornographie und Zoophilie, aber bereits bei Aufwiegelung zu Haß und/oder Gewalt gibt es nur noch allgemeine Verbote „in einer signifikanten Zahl von Ländern“.

Das Internet läßt sich nicht mittels nationalem Recht kontrollieren, weil es durch seine Struktur supranational ist. Sollen Anbieter zur Rechenschaft gezogen werden, müßten sich alle beteiligten Staaten auf ein gemeinsames Multi-Media-Gesetz einigen und eine Art Netz-Interpol einrichten. Das erscheint angesichts Verschiedenheit der Religionen, Staatsformen und Rechtsauffassungen auf Weltebene illusorisch. Für die EU forderte die Europäische Kommission „bestimmte gemeinsame Standards hinsichtlich der Definition dessen, was als ungesetzlich angesehen wird, festzulegen.“ Außerdem will sie die Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedsstaaten im strafrechtlichen, justiziellen und polizeilichen Bereich verstärken.

Technische Zensur?

Das Internet hat keinen Eigentümer. Um jemanden strafrechtlich zu belangen, muß die Polizei zunächst einmal wissen, wer er ist und wo er sich aufhält. Zensur braucht einen Absender. Angenommen, ein Pädophiler in Deutschland ruft ein Pornobild in Schweden ab. Dann wird das Bild möglicherweise in fünfzig kleine Dateneinheiten zerteilt, die über 16 verschiedene Netzbetreiber in sieben verschiedenen Ländern laufen. Niemand kann die Route voraussagen. Die Daten suchen sich ihren Weg gewissermaßen von allein anhand einer Zieladresse, ähnlich einer Postleitzahl. Damit wandern sie von Netzknoten zu Netzknoten. Die einzelnen Server bzw. ihre Betreiber müssen gar nicht mal unbedingt bemerken, was da gerade über ihren Rechner weitergeleitet wird. Selbst wenn von den 16 Servern zehn ausfallen, kommen die Daten höchstwahrscheinlich vollständig an. Die benachbarten Rechner erkennen die Störung und leiten die Daten einfach über einen Umweg: Das Netz repariert jeden Ausfall eines Knotens selbständig - ohne daß irgendwo ein Programmierer tätig werden muß. „Das Netz interpretiert Zensur als Störfall und umgeht sie“, sagt der Internet-Pionier John Gilmore. Weil es nicht hierarchisch organisiert ist, können für jeden zensierten Netzknoten beliebige andere Rechner einspringen. Theoretisch reicht ein einziger Piraten-Server irgendwo auf der Welt, um den Rest der Welt mit Daten jeder Art zu versorgen.³

³ Ursprünglich als Militärnetz konzipiert, sollte das Netz sogar nach einem Atomschlag fehlerfrei weiterarbeiten können.

Natürlich ist es möglich, anhand der Absenderkennung den Weg von Datenpaketen zurück zu ihrem Urheber zu verfolgen - wenn dieser sich nicht in fremde Server eingeschlichen hat und ihre Kennung als Deckmantel benutzt. Zudem gibt es überall auf der Welt Netzknoten, deren Betreiber jede Absenderkennung löschen und damit alle Daten, die über ihren Rechner laufen, anonymisieren. Durchaus in ehrenwerter Absicht und mit menschenfreundlicher Zielsetzung, denn für hunderttausende Anbieter in aller Welt ist dieser Service lebenswichtig. Chinesische Dissidenten, iranische Oppositionelle oder mexikanische Zapatisten brauchen eine Tarnkappe zum Überleben.⁴ Auch beispielsweise der Vatikan möchte die Zensur-Freiheit des Internet nutzen. Es soll als ein Mittel zur Verkündigung der christlichen Botschaft in den Ländern dienen, in denen kirchliche Missionsarbeit bisher verboten war. Im Blick hat der Präsident des päpstlichen Medienrates, Erzbischof John P. Foley, vor allem die Evangelisierung in islamischen Ländern und totalitären Staaten wie Vietnam. Der Vatikan könne damit garantieren, daß die authentische Lehre der katholischen Kirche bei den Benutzern ankomme.⁵

Dieses funktioniert allerdings nur, wenn die Nutzer unkontrolliert von staatlichen Behörden auf die Web-Seiten zugreifen können. Damit das so bleibt, hat die Netzgemeinde von Anfang an allergisch auf jede versuchte Zensur reagiert und selbständig für Verkehrsregeln auf der Datenautobahn gesorgt. Das Internet wurde so ganz nebenbei zum Lern- und Experimentierfeld für soziale Selbstorganisation: Die User entwickelten die Netiquette (aus „Netz“ und „Etikette“), eine Art Verhaltenskodex. Über die Einhaltung wachten alle gemeinsam. Wer gegen die Regeln verstieß, wurde freundlich aber bestimmt ermahnt und im vorsätzlichen Wiederholungsfall in einem gemeinsamen Akt der Selbstreinigung angegriffen. Ihm wurden hunderte und tausende E-Mails geschickt, nach kürzester Zeit war jeder Störenfried mit Gigabytes an sinnlosen Daten so „zugefüllt“, daß sein Netzzugang auf Tage oder Wochen verstopft war.

Indizierung als „politisches Signal“

Wenn es also nicht gelingt, die Urheber dingfest zu machen, muß wenigstens die Verbreitung erschwert oder verhindert werden, dachte man sich

⁴ Einige Staaten versuchen, das Internet komplett zu verbieten, da eine inhaltliche Überwachung nicht leistbar ist. Im Irak erklärte Diktator Saddam Hussein das geamte Netz für illegal, in Birma wird bereits der Besitz eines Computers und Modems mit Gefängnisstrafen geahndet. Aber schon das um ökonomischen Anschluß an den Westen bemühte China kann sich ein Komplettverbot nicht leisten.

⁵ Vgl. Meldung der Katholischen Nachrichtenagentur (KNA) vom 29.4.1997 (KNA 8180).

und hoffte auf eine Art Selbstreinigung. Erstmals wurden in Deutschland Ende September 1996 Internet-Seiten mit rechtsextremem Gedankengut als jugendgefährdend indiziert. So setzte die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften auf Antrag von Bundesjugendministerin Claudia Nolte mehrere über das World Wide Web verbreitete Pamphlete des in Kanada lebenden einschlägig bekannten Neonazis Ernst Zündel auf den Index. Danach durften die Internet-Seiten nicht mehr für Kinder und Jugendliche zugänglich gemacht werden. Die Bundesjugendministerin mußte allerdings einräumen, daß sich dieser Beschluß praktisch nicht umsetzen ließ. Sie wertete die Indizierung vor allem als wichtiges politisches Signal.⁶

Das Ministerium muß sich jedoch vorwerfen lassen, daß eine Indizierung ohne rechtliche oder technische Möglichkeiten zur Durchsetzung des Verbotes den angeprangerten Seiten lediglich zu mehr Aufmerksamkeit verhilft, die sich gerade Neonazis wünschen. Einen prinzipiell unerwünschten Nebeneffekt hat zudem noch die rechtlich vorgegebene Publizierung der indizierten Internet-Adressen im Bundesanzeiger des Bundesjustizministeriums. In dem amtlichen Blatt, von dem jeden Werktag 14.500 Exemplare bei den Abonnenten landen, veröffentlicht die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften indizierte Online-Angebote - mit vollständiger Web-Anschrift. Das lasse den Bundesanzeiger zu einer Art „Hitliste“ für Porno-Konsumenten werden, befürchtete die Illustrierte Focus.⁷ Juristisch notwendig sei diese Veröffentlichung, damit die Anbieter die Gelegenheit erhalten, freiwillig ihre Seiten vom Markt zu nehmen, verteidigte hingegen eine Sprecherin des Ministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend die Gepflogenheit. Auch müßten die Strafverfolgungsbehörden Anbieter zweifelsfrei identifizieren, um Ermittlungen einzuleiten.

Gelegentlich ist der Verdacht nicht von der Hand zu weisen, daß der ein oder andere Politiker die Dimension des Internet nicht ganz begriffen hat. Unter PR-Gesichtspunkten macht sich die Forderung gut, Kinder und Jugendliche zu schützen, die im Internet surfen. Entsprechende Ankündigungen von Aktionen sind immer eine Zeitungsmeldung wert, leider entpuppt sich solche Politik als zahnloser Aktionismus. Im Februar 1998 teilten sowohl das rheinland-pfälzische Jugendministerium als auch das sächsische Sozialministerium mit, eine länderübergreifende Fachstelle „jugendschutz.net“ solle künftig das Internet auf jugendgefährdende Inhalte kontrollieren.⁸ Grundlage sei ein Beschluß der Ju-

⁶ Vgl. Süddeutsche Zeitung vom 30.09.1996.

⁷ Focus 38/1997.

⁸ Vgl. „jugendschutz.net‘ soll Internet kontrollieren“. Meldung der Katholischen

gendminister aus den Ländern. Die Fachstelle werde jugendschutzrelevante Medieninhalte wie gewaltverherrlichende, rassistische oder pornographische Angebote aufspüren und die Anbieter zur Änderung oder Absetzung der Inhalte bewegen. „jugendschutz.net“ setzt nach eigenen Angaben auf Kooperation mit den Anbietern und übt keine Zensur aus.⁹ Mittels einer technischen Suchmaschine, des sogenannten Crawlers, werde das Internet systematisch kontrolliert. Dieser verfüge über drei Filter, die ständig aktualisiert würden, so die Beauftragte der Einrichtung. Der Adressenfilter enthalte Anbieter, die bereits aufgefallen seien, der Begriffsfilter umfasse die Terminologie problematischer Inhalte, und der Dateiwiedererkennungsfiler spüre Bilder, Texte und Videos auf, die schon einmal als jugendgefährdend bewertet worden seien.

Geschäfte gehen vor

Wer als User nicht ausdrücklich danach sucht, muß nicht zwangsläufig mit kriminellen Material in Kontakt kommen. Im Internet befindet sich nicht mehr und nicht weniger kriminelles Material als in der realen Welt.

Einige Experten schätzen, daß nur zwischen ein und zwei Prozent der Darstellungen im Internet pornographischen Inhalts sind. Andere betonen, „daß die Rotlichtzonen zu den gefragtesten Bereichen im Internet gehören“, so Jörg Bußeroße, Chefredakteur von Focus Online.

Pornographie wird auch - und vor allem - in gedruckter Form oder als Video an den Kunden gebracht, trotz aller Gesetze. Nur ist dabei die Strafverfolgung einfacher, weil sie eindeutig geregelt ist. Die offene und weltumspannende Struktur erschweren eine effektive Strafverfolgung auf der Datenautobahn. Das machen sich zunehmend skrupellose Geschäftemacher aus der Sex-Industrie zunutze. Der Augsburger Journalist Detlef Drewes hat Anfang 1997 vor allem im Bereich der Kinderpornographie und -prostitution aus Asien „einen explosionsartigen Anstieg“ des Angebots festgestellt.¹⁰ Er unterstellt auch den Betreibern von Datennetzen Untätigkeit, weil sich Pornofreunde „sehr lange online aufhalten und damit viel Geld bringen.“ „Wer nur ab und zu seine E-Mail abrufen und

Nachrichtenagentur vom 09.02.1998 (KNA - 1871); „Jugendschutz im Internet soll erweitert werden“. epd-Meldung vom 16.02.1998.

⁹ Bislang überzeugt die Fachstelle allerdings nicht einmal in der Darstellung der eigenen Arbeit. Gerade mal eine Internet-Seite, abgefaßt in dürftigem Behördendeutsch, präsentiert sich dem, der das „jugendschutz.net“ ansurft.

¹⁰ „Es gibt nur ein geringes Problembewußtsein“. Detlef Drewes über zunehmende Kinderpornographie im Datennetz. Interview mit der Katholischen Nachrichtenagentur (KNA), 04.03.1997 (KNA - 3467). Dort auch die folgenden Zitate.

verschickt, der bringt kein Geld. Richtiges Geld bringen Leute, die jeden Abend stundenlang im Netz unterwegs sind“, sagt Drewes. Er beklagte lange Zeit mangelndes Problembewußtsein bei Politikern: „Denen ist offenbar nur schwer klarzumachen, daß Online-Fahndungen eine Menge Geld kosten. Es hilft nämlich nicht, daß man Polizeibeamten einen Computer hinstellt und dann sagt: Nun macht mal. Außerdem werden Gerichte benötigt, die wissen, wie man mit dem Problem umgeht. Derzeit seien die Strafen für den Handel oder den Besitz von Kinderpornographie „Peanuts“, behauptet Heinz Fiehl vom Landeskriminalamt Bayern.

Internet-Interpol in Bayern

„Hallo - ich bin Steffen und beim Bayrischen LKA beschäftigt, auf dem Datenhighway Streife zu surfen“, heißt es auf der Internet-Seite des Bayrischen Landeskriminalamtes (LKA). Steffen gehört zu den sogenannten „Netzpatrouillen“ des LKA, die „anlaßunabhängig“ im Internet und anderen Datenfernübertragungsnetzen nach Herstellern und Händlern von harten, insbesondere kinderpornographischen Darstellungen fahnden. Die virtuellen Kripobeamtinnen der bayrischen Polizei waren Anfang 1995 die ersten deutschen Polizisten, die sich ins Netz begaben. Bayerns Innenminister Beckstein schickte die Beamten auf Surftour, um Straftaten aufzuklären. Überflüssig zu erwähnen, daß es ihnen anfangs an der nötigen Technik und Ausbildung fehlte. 1996 verbrachten die Spezialisten der bayrischen Polizei rund 5.000 Stunden auf „Netzpatrouille“ und spürten dabei 172 Fälle mit Anfangsverdacht der Verbreitung von Kinderpornographie auf, davon 80 Fälle im Ausland.¹¹ 500 Verdachtsfälle im ersten Halbjahr 1997 ist eine „enorme Steigerung“ im Vergleich zum Vorjahr, sagt Steffen. Inzwischen ist die Polizei mit eigenen Seiten im Netz, so daß die virtuelle Kripo nicht nur telefonisch oder schriftlich, sondern auch per E-Mail Hinweise empfangen kann. Die Polizei muß allerdings nicht nur Kenntnis von Porno-Händlern erlangen, sondern auch die Anbieter identifizieren und Beweismaterial sichern. „Rund 80 Prozent der Kinderpornographie-Anbieter sitzen in Übersee“, sagt Heinz Fiehl. Ihre Kunden firmieren unter Pseudonymen, die sich täglich ändern können. Und die Strafverfolgungsmöglichkeiten im Ausland sind nun mal begrenzt, in Ländern mit „sogenannter weicher Rechtslage“ (Fiehl) wie Dänemark oder Schweden ist Pornographie nicht als Straftatbestand definiert und somit auch die polizeiliche Recherche

¹¹ Die Zahlen basieren auf einer Meldung des Evangelischen Pressedienstes (epd) Nr. 23 vom 04.02.1997.

durch Interpol schwierig. Anderswo bewegen sich Probekunden zum Einsteiger-Tarif für einen oder zwei Monate gratis im Internet, die praktisch nicht zu identifizieren sind. Und wenn die Polizei bei der Recherche an Rechner von Großunternehmen gerät, sei es fast unmöglich festzustellen, welcher konkrete Mitarbeiter sich von welcher Nebenstelle aus ins Netz geklickt hat, sagt Fiehl.

Das ließe sich ändern, behauptet eine Studie, die im Auftrag des Deutschen Kinderschutzbundes und einer Hamburger Versicherungsgruppe die Nutzung des Internet Relay Chat (IRC) untersucht hat. Das IRC ist eine Art Plauderkanal, in den sich Teilnehmer aus der ganzen Welt einwählen und in Echtzeit per Tastatur miteinander kommunizieren. In einigen Chat-Rooms, was so etwas wie die unterschiedlichen Frequenzen im Funkverkehr sind, treffen sich auch Pornohändler mit ihren Kunden und verhandeln. Mit bis zu 300 pädophilen Nutzer pro Minute sei das IRC ein Schwerpunkt beim Vertrieb von Kinderpornos, haben Marc Decius und Ralf Panzeri, die Autoren der Studie, herausgefunden. Die Identität einzelner Täter lasse sich durchaus feststellen, behaupten die beiden Soziologie-Studenten, weil die Universitäts-oder Firmen-Computer, über die sich die pädophilen Internet-Surfer von zuhause aus einwählen, exakt protokollieren, welcher Nutzer wann am Netz ist. Die Internet-Anbieter müßten bloß die Einwählzeiten ihrer Kunden speichern und bei Bedarf freigeben, sagt Decius. Dazu seien sie bislang jedoch nicht verpflichtet, weil ein spezielles Gesetz fehle.

Die Provider wehren sich dagegegen, Erfüllungsgehilfen für die Polizei zu sein. AOL, hinter T-Online größter Netzanbieter in Deutschland, läßt eigene Mitarbeiter im Netz patrouillieren, sogenannte Lotsen, die Chat-Rooms schließen können. Das sei vorauseilender Gehorsam, findet ein Sprecher von T-Online. Die Online-Anbieter wissen, daß ihre Kunden "supersensibel" auf Kontrolle reagieren. Doch auf private Chat-Räume haben auch die AOL-Lotsen keinen Zugriff. Der Austausch elektronischer Briefe fällt unter das Briefgeheimnis.

Das deutsche Multimediagesetz

Leider ist auch das neue Informations- und Kommunikationsdienstegesetz (IuKDG), das der Deutsche Bundestag am 13. Juni 1997 beriet und das am 1. August vorigen Jahres in Kraft trat, in seiner Wirkung beim Jugendschutz begrenzt. Die Provider sind danach für eigene Inhalte „nach den allgemeinen Gesetzen“ verantwortlich. Für fremde Inhalte, die sie zur Nutzung bereithalten, sind sie nur dann zur Verantwortung zu ziehen, „wenn sie von diesen Inhalten Kenntnis haben und es ihnen

technisch möglich und zumutbar ist, deren Nutzung zu verhindern“ (§5 (2) „Verantwortlichkeit“ in Artikel 1 „Gesetz über die Nutzung von Tele-diensten“ im IuKDG). Provider können nun doch nicht, wie ursprünglich erwogen, gezwungen werden, Kundendaten an Polizei und Geheimdienste zu übermitteln.

Bundesforschungsminister Jürgen Rüttgers geizte nicht mit Lob für das Gesetz: Es sei „weltweit Schrittmacher und Vorbild“ und schaffe die dringend notwendigen Rahmenbedingungen für die Entwicklung, Vermarktung und Nutzung von Multimedia, betonte der „Zukunftsminister“. Und es schütze die Kinder und Jugendlichen. „Was schwarz auf weiß strafbar ist, ist auch in Bits und Bytes verboten“, sagte Rüttgers. Dagegen kritisierte Jörg Tauss, Medienexperte der SPD-Bundestagsfraktion, die neuen Regelungen zum Kinder- und Jugendschutz als unzureichend. Symbolisches Recht wie die Ausweitung des Gesetzes über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften auf die neuen Kommunikationsmedien genüge nicht. Sinnvoll sei beispielsweise die Beschleunigung von Verfahren. Es dürfe im Zweifel nicht Monate dauern, bis ein Gegenstand indiziert werden könne.¹²

Rüttgers Versuch, den speziellen Erfordernissen des Jugendschutzes bei den elektronischen Kommunikationsdiensten Rechnung zu tragen, führte allerdings auch zu einer Ausweitung des Gesetzes über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften (das jetzt neu heißt: Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften und Medieninhalte) durch das Multimedia-Gesetz. So müssen gewerbsmäßige Provider Jugendschutzbeauftragte bestellen, wenn ihre Angebote allgemein zugänglich sind und jugendgefährdende Inhalte enthalten können. Und das ist bei fast allen Diensteanbietern der Fall. Die Jugendschutzbeauftragten fungieren als Ansprechpartner für Nutzer, beraten den Diensteanbieter in Fragen des Jugendschutzes, müssen bei der Angebotsplanung beteiligt werden und können dem Diensteanbieter eine Beschränkung von Angeboten vorschlagen. Die Bestellung eines Jugendschützers kann jedoch umgangen werden, wenn der Online-Dienst dessen Aufgaben an eine Organisation der freiwilligen Selbstkontrolle delegiert, so sieht es das Gesetz vor.

¹² Die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften (BPjS) kann nur auf Antrag tätig werden. Die BPjS-Vorsitzende Elke Monssen-Engberding gab in einem ersten Fazit gegenüber der KNA eine Zahl von 100 Beanstandungen im ersten halben Jahr seit Inkrafttreten des IuKDG. Vgl. Interview vom 06.01.1998 (KNA - 107).

Freiwillige Selbstkontrolle

Verbände und Unternehmen der Multimedia-Branche haben sich im Juli 1997 zur Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. (FSM) zusammengeschlossen. Sie will aufpassen, daß „die schutzwürdigen Interessen der Nutzer und der Allgemeinheit insbesondere gegenüber Rassendiskriminierung sowie Gewaltverherrlichung“ beachtet werden und „der Jugendschutz auf selbstverantwortlicher Basis“ gestärkt wird. Die FSM-Mitglieder haben sich einen Verhaltenskodex gegeben und eine Beschwerdeordnung verabschiedet, nach der sich jeder Bürger an die Beschwerdestelle - ein vierköpfiges Gremium - wenden kann. Wird ein Verstoß festgestellt, bietet die Beschwerdeordnung drei Sanktionsmöglichkeiten: einen Hinweis mit Abhilfeaufforderung, eine Mißbilligung oder eine Rüge, die von FSM-Mitgliedern mit ihrem Angebot für einen Monat veröffentlicht werden muß. In der Praxis wird die FSM damit lediglich auf bereits übermittelte Angebote reagieren, während Jugendschutzbeauftragte schon bei der Planung von Programmen mitwirken könnten. So dürfte die Effizienz einer freiwilligen Selbstkontrolle etwa vergleichbar sein mit der des Deutschen Presserates oder der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen - und damit in ihrer Wirksamkeit gegen Null tendieren. Die Arbeit von Presserat und FSF zeigen nämlich, daß Rügen allein Wiederholungsfälle nicht ausschließen. Am Ende gewinnen - da kein Bußgeld droht - ökonomische Kriterien gegenüber ethischen Selbst-Verpflichtungen die Oberhand.

Medienpädagogik gefordert

„Gesellschaftliche Probleme lassen sich technisch nicht lösen“, sagt Andy Müller-Maguhn, Sprecher des legendären Chaos-Computer-Club. Wichtiger als die Einführung von absurden Verboten sei ein verantwortungsvoller Umgang mit der Technologie, meint er und plädiert für verstärkte Anstrengungen der Medienpädagogik, die nicht nur von den Eltern sondern schon im Kindergarten und in der Schule geleistet werden müßte. Die Notwendigkeit, Kinder und Jugendliche zu kritischem selbstbestimmten und selektiven Umgang mit alten und neuen Medien zu befähigen, nimmt zu. Zukünftige Entwicklungen wie die Verbreitung von digitalem Fernsehen, Pay-per-View, Video-on-Demand sowie Tele-Learning, Tele-Shopping, Tele-Banking und Tele-Working sind eine ganz neue Herausforderung an jeden einzelnen Nutzer. Besondere Bedeutung mißt auch Bundesjugendministerin Claudia Nolte der Medienpädagogik zu. Das Ministerium wartet mit Fachtagungen, Broschüren und Initiati-

ven auf. Daneben hält die Ministerin auf der Anbieterseite eine effektive Form der „Selbstbindung, auf Gewaltdarstellung und pornographische Inhalte zu verzichten“, für notwendig.

Einige Dutzend Online-Provider, Hardware- und Softwarefirmen haben auf solche Forderungen reagiert. Sie schlossen sich zur Initiative PICS (Platform for Internet Content Selection) zusammen und wollen über die Vergabe von registrierten Labels eine Art Gütekontrolle von Homepages einführen. Unabhängige Label-Büros sollen Bewertungskriterien aufstellen - unklar ist allerdings bislang noch, nach welchen ethischen Maßstäben. Und ob sich jemand die Mühe macht, die schon existierenden Zig-Millionen Web-Seiten im Netz auf Indizierung zu überprüfen, darf auch bezweifelt werden.

Klar ist nur, daß weder eine wie auch immer geartete technische Zensur noch eine umfassende freiwillige Selbstkontrolle eine öffentliche Debatte ersetzt, warum überhaupt ethisch fragwürdige Materialien nicht nur im Internet, sondern überhaupt in den Medien gesellschaftlich stark akzeptiert werden und sogar entsprechend nachgefragt werden.

In den Vereinigten Staaten wird die Diskussion um Meinungsfreiheit und Zensur, um rechtliche Beschränkungen und Jugendschutz im Internet sehr viel breiter geführt als bislang in Deutschland. Ende Juni 1997 hob der Supreme Court, Amerikas höchster Gerichtshof, den Communications Decency Act als nicht in Übereinstimmung mit der Verfassung auf. Dieses „Gesetz über den Anstand bei den Kommunikationen“ drohte jedem Strafen an, der wissentlich oder unwissentlich, willentlich oder unwillentlich „obszöne oder unanständige“ Inhalte übermittelt. Besonders im Visier des Gesetzes waren die Computerdienste, die „auf eine Weise, die nach zeitgenössischen gesellschaftlichen Maßstäben offenkundig anstößig ist, Geschlechts- oder Ausscheidungsvorgänge und -organe“ zeigen oder beschreiben. All diese Formulierungen fand das Gericht viel zu vage, um eine Einschränkung der Redefreiheit zu rechtfertigen: „Um Minderjährigen den Zugang zu möglicherweise schädlichen Inhalten zu verbauen, unterdrückt das Gesetz vieles, was Erwachsene einander zuzumuten ein von der Verfassung verbrieftes Recht haben.“ Das Urteil war für Tageszeitung Chicago Tribune Anlaß für eine Meinungsumfrage, deren Ergebnisse nicht sonderlich überraschen, sondern die Notwendigkeit einer gesellschaftlichen Debatte deutlich machen. Nach der Umfrage glaubt ein Drittel der Amerikaner, daß ihre Verfassung bei der Garantie der Meinungsfreiheit zu weit geht. Mehr als 50 Prozent halten Beschränkungen der freien Meinungsäußerung im Internet für nötig.¹³

¹³ Präsident Clinton gelang übrigens trotz der Niederlage vor Gericht ein Teilerfolg -

Letzten Endes aber werden weder technische, noch staatliche noch selbstverpflichtende Regelungen einen allgemein verbindlichen ethischen Standard im Internet etablieren und damit den einzelnen aus Reflexion und selbständigem Handeln entlassen.¹⁴ Auf die Spitze getrieben, in ihrem Kern enthüllt wird die soziale Verantwortung des einzelnen als Nutzer, Elternteil, Lehrer und Anbieter im Umgang mit dem Faszinosum Internet. Eine gesellschaftliche Debatte über Chancen und Risiken des grundsätzlich neuen und andersartigen Mediums Internet muß allerdings in jedem Fall viel mehr als bisher die Entwicklung und Förderung von Medienkompetenz in den Mittelpunkt rücken. Aufgabe der Politik ist es, Rahmenbedingungen zu schaffen, um die Verantwortung des einzelnen im Umgang mit dem Netz zu stärken.

quasi durch die Hintertüre: Er erhielt schließlich verbindliche Zusagen von neunzig Prozent der amerikanischen Internet- und Computer-Industrie, Soft- und Hardware für den Multimedia-Bereich mit entsprechenden Filtern zu versehen.

¹⁴ „Wenn die SPD als Lösung in einem Antrag weltweit gültige ethische und demokratische Standards für die Datennetze fordert, so werden hier die Realitäten verkannt“, schreibt Alexander Gruhler süffisant, aber völlig zu recht in „Die politische Meinung“ (März/1998).

Solidarität, Fortbildung, Austausch untereinander und internationale Kontakte

Zwei deutsche Publizistenverbände bestehen
50 Jahre

Als der deutsche Katholizismus nach dem Zweiten Weltkrieg neu erblühte, ist dabei die Bedeutung der katholischen Publizistik und der Tätigkeit katholischer Redakteure früh erkannt worden. Schon der erste Nachkriegs-Katholikentag 1948 in Mainz gab Anstoß zur Gründung der Gesellschaft Katholischer Publizisten (GKP) und der Arbeitsgemeinschaft Katholische (damals noch Kirchliche) Presse (AKP). Anlässlich des 50jährigen Bestehens stellte Ferdinand Oertel den Vorsitzenden beider Verbände, Christian Frevel (GKP) und P. Gerhard Eberts (AKP) 10 gleichlautende Fragen, deren Antworten zeigen, daß beide Verbände gemeinsame und gleiche Ziele für unterschiedliche Personenkreise im katholischen und säkularen Mediensektor verfolgen.

1. Mit welchen Zielen ist Ihr Verband gegründet worden, wer waren die Gründer?

Eberts: Auf dem Mainzer Katholikentag 1948 wurde die Gründung einer „Arbeitsgemeinschaft Kirchliche Presse e.V.“ beschlossen. Doch das eigentliche Gründungsdatum ist der 27. Oktober 1949. An diesem Tag wurde der Verband in Fulda unter dem Patronat des Schrifttums- und Pressereferenten der Fuldaer Bischofskonferenz, Erzbischof Dr. Wilhelm Berning von Osnabrück, durch die Annahme der Richtlinien und der Wahl eines Vorstands ins Leben gerufen. Die erste Satzung stammt vom 6. Oktober 1956.

In ihrer Präambel wird als Ziel der AKP genannt, „die Herausgabe, die geistige Führung und den Vertrieb kirchlicher Presseer-

Frevel: Nach den Jahren des Verbotes katholischer Presse und des Krieges herrschte nach dem Krieg ein großes Bedürfnis unter den katholischen Publizisten in Deutschland, „Führung zu nehmen mit den Kollegen, um gemeinsame Möglichkeiten abzutasten und dann zu neuem Schaffen einzusteigen“, wie es der spätere Vorsitzende Heinrich Jansen-Cron ausdrückte. Schon 1947 war von der „Arbeitsgemeinschaft katholischer Laienwerke“ der Plan einer katholischen Journalistengesellschaft erörtert worden.

Nach Vorbereitung auf einer Internationalen Werkwoche Katholischer Publizisten in Walberberg (26. April bis 2. Mai 1948), die

zeugnisse sowie katholischer Volkskalender und religiöser Kleinschriften und des gesamten auf Massenverbreitung zielenden Einzel- oder periodischen Schrifttums zu ordnen“.

Im ersten Paragraphen der Satzung werden die Aufgaben des Vereins wie folgt beschrieben: Die Interessen der Mitglieder in vertrauensvoller Zusammenarbeit wahrzunehmen; persönliche und geistige Fühlungnahme unter den Mitgliedern herbeizuführen; die Aus- und Weiterbildung des Nachwuchses zu fördern; die Verbindung mit der einschlägigen Presse im Ausland zu pflegen; eine Stammrolle aller einschlägigen katholischen Verlage, auch nicht angeschlossener, zu führen und ihre in den Tätigkeitsbereich der Arbeitsgemeinschaft fallenden Erzeugnisse zu registrieren; die soziale Sicherstellung der in der kirchlichen Presse Tätigen zu fördern; den Vertrieb, die Werbemethoden sowie die Verkaufs- und Anzeigenpreise zu beobachten.

1970 wurde die Satzung neu gefaßt und der Verband in „Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse e.V.“ umbenannt.

Zu den Gründern gehörten u.a. die Verlagsdirektoren Josef Vögle (Stuttgart), Josef Hall (Augsburg) und Theodor Hüpgens (Fuldaer Bischofskonferenz) zusammen mit 15 weiteren Verlegern und Redakteuren.

vom Sachausschuß für Presse und Schrifttum des Kölner Diözesankomitees initiiert worden war, dem auch Pater Jansen-Cron angehörte, wurde die „Gesellschaft Katholischer Publizisten“ (GKP) auf dem Mainzer Katholikentag im September 1948 gegründet. Nicht auf Anordnung oder Idee irgendeiner kirchlichen Stelle, sondern einzig aus dem Willen der katholischen Publizisten selbst, sich zusammenzufinden. Dem Vorstand gehörten zunächst (in den vier Besatzungszonen) Karlheinz Schmidthüs, Freiburg; Hugo Stenzel, Frankfurt; Prof. Emil Dovifat, Berlin sowie Direktor Anton Kochs, Köln an. Jansen-Cron wurde 1951 zum ersten Vorsitzenden der GKP gewählt, nachdem - auch bedingt durch die Besatzungszeit - verschiedene Zwischenmodelle durchlebt worden waren. Mit zum ersten ordentlichen Vorstand gehörten Dr. Karl Bringmann, Bonn, Alfons Nowak, Köln und kurz darauf Dr. Otto B. Roegele, Köln.

In der Gründungssatzung der GKP heißt es: „Ziel der Gesellschaft Katholischer Publizisten ist es, an der Klärung der Fragen der katholischen Publizistik zu arbeiten, das religiöse und berufliche Leben ihrer Mitglieder zu fördern, die persönliche Fühlungnahme zu erleichtern und so Information, Verständigung und Unterstützung zu ermöglichen. Die Gesellschaft dient damit ausschließlich allgemein religiösen und kirchlichen

Zwecken.“ Die Gesellschaft sollte berufliche Werktagungen sowie Ausbildungskurse für den Nachwuchs und Exerzitien veranstalten.

2. Wer sind die Mitglieder in Ihrem Verband, wie ist die zahlenmäßige Repräsentation?

Eberts: In der AKP sind im Unterschied zu anderen katholischen Organisationen nicht Einzelpersonlichkeiten, sondern Medienorgane zusammengeschlossen. Zur Zeit sind bundesweit 90 Verlage mit 137 Zeitungen/Zeitschriften und einer Gesamtauflage von 7,1 Millionen vertreten. Außerdem gehören die Katholische Nachrichtenagentur (KNA) und das Katholische Institut für Medieninformation dazu. Nach dem Charakter der Organe umfaßt die AKP folgende Pressegruppen: Bistumszeitungen, Magazine, Sonntagspresse, Missions- und Ordenspresse, Familienzeitschriften, Jugendzeitschriften, Verbandszeitschriften, Kultur- und Fachzeitschriften.

„Mitglieder sind Verlage und Organisationen (Ordensgemeinschaften, Verbände, Initiativen), die katholische periodische Publikationen herausgeben bzw. für die Kirche im Medienbereich tätig sind. Den dafür Verantwortlichen bietet die AKP die Möglichkeit der Zusammenarbeit“, heißt es in der neuen Satzung vom 11. Juni 1996. Durch diese neue Satzung wurde die Beschränkung der AKP auf die

Frevel: Von Beginn an hieß es, daß die Gesellschaft nur aus Einzelmitgliedern bestehe, insbesondere aus Journalisten, Verlegern, Schriftstellern sowie Funk- und Fernsehgestaltern. Diese Organisationsform ist bis heute beibehalten worden, und sie spiegelt sich auch in den Gründungsmitgliedern der GKP.

Derzeit gehören der GKP rund 520 Mitglieder an. Sie kommen aus allen Bereichen der Medienlandschaft Deutschlands. Neben Tageszeitungsredakteuren sind Kolleginnen und Kollegen von Rundfunk und Fernsehen ebenso vertreten wie Journalisten an Zeitschriften, in Pressestellen, daneben auch Schriftsteller, Verleger und Fotografen. Dazu kommen eine (wachsende) Zahl an Studenten mit einem Berufsziel in den Medien sowie Volontäre und Ruheständler.

Rund ein Drittel der Mitglieder ist bei kirchlichen Medien oder kirchlichen Stellen beschäftigt.

Printmedien aufgegeben und die Mitgliedschaft auch im elektronischen Bereich ermöglicht. Neu ist nach dieser Satzung außerdem, daß „Personen, die sich für die AKP in besonderer Weise einsetzen, Mitglieder ohne Stimmrecht werden können.“

3. *Wie ist Ihr Verband organisiert, wie wird er finanziert?*

Eberts: In der Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse sind von der Gründung an Verleger/Geschäftsführer und Chefredakteure gleichberechtigt stimmberechtigt. Das war damals ein Novum und ist bis heute einzigartig in einem vergleichbaren Verband.

Die Mitglieder (Verlagsvertreter und Redakteure) wählen in der Generalversammlung den Vorstand. Dieser leitet den Verband. Der Vorstand besteht aus dem Vorsitzenden, zwei stellvertretenden Vorsitzenden, die zugleich Sprecher der Redakteure und der Verleger sind und die zusammen mit dem Vorsitzenden den geschäftsführenden Vorstand bilden, sowie sechs weiteren Mitgliedern. Der Vorstand wird auf vier Jahre gewählt. Neben der Mitgliederversammlung und dem Vorstand gibt es weitere Gremien der AKP: die Verlegerkonferenz, die Redakteurskonferenz und die Konferenzen der Zeitungs- und Zeitschriftengruppen.

Die vom Vorstand eingerichtete Geschäftsstelle mit einem hauptamtlichen Geschäftsführer ist Ser-

Frevel: Das wesentliche „Leben“ der GKP spielt sich in den acht Regionen der GKP ab. In Aachen, Dresden/Leipzig, Fulda, Köln/Bonn, Münster/Osnabrück, Düsseldorf/Ruhrgebiet, Frankfurt und München treffen sich Mitglieder der Gesellschaft regelmäßig zu regionalen Zusammenkünften, die von vom Vorstand ernannten Regionalbeauftragten vorbereitet werden. Hier finden Hintergrundgespräche, lockere Treffs oder auch „Vor-Ort-Besuche“ statt, in denen sich - je nach Region - jeweils zwischen zehn und vierzig GKP'ler treffen.

Der GKP auf nationaler Ebene steht ein Vorstand vor, der für drei Jahre von der Mitgliederversammlung gewählt wird. Ihm gehören neben Vorsitzendem und zwei Stellvertretern auch vier Besitzer sowie ein Geistlicher Beirat und ein Geschäftsführer (mit beratender Stimme) an. Der Vorstand ist verantwortlich für das Jahresprogramm der Gesellschaft, das regelmäßige nationale Veranstaltungen wie Kolloquien, Einkehrtage, Journalistenreisen, internatio-

vicestelle für Vorstand und Mitglieder.

Die AKP erhebt von den Mitgliedern einen Jahresbeitrag, der durch die Mitgliederversammlung festgelegt wird. Für besondere übergreifende Aktionen (z.B. Gemeinschaftswerbung und Weiterbildung) gibt es Zuschüsse.

Durch die „AKP-Mitteilungen“, die viermal im Jahr erscheinen, wird die Information und Kommunikation unter den Mitgliedern gefördert.

nale Begegnungen und die jährliche Jahrestagung umfaßt.

Wichtiges Instrument der Kommunikation innerhalb des Verbandes sind die monatliche erscheinenden „GKP-Informationen“, die aus der GKP sowie Kirche und Medienwelt berichten. Eine „Homepage“ der GKP im Internet bietet zusätzliche aktuelle und über die Kreise der Mitgliedschaft hinausreichende Kommunikationsmöglichkeiten.

Die GKP finanziert sich vorrangig aus den Beiträgen der Mitglieder sowie einzelnen Zuschüssen. Dazu kommt die Hilfestellung des Diözesanrates des Erzbistums Köln, der die GKP-Geschäftsstelle logistisch und materiell unterstützt.

4. Welche Schwerpunkte hat Ihr Verband für Aktivitäten gesetzt?

Eberts: Das wichtigste Anliegen der AKP - vor allen anderen Aktivitäten - ist die Solidarität aller Mitglieder. Auch wenn die Mitgliedschaft in der AKP über Verlage erfolgt, so geht es doch primär um Menschen. Dabei sind sehr unterschiedliche Prägungen und Belange zusammen zu bringen: Männer und Frauen, Priester und Laien, Verleger, Redakteure, Vertriebsleiter, Anzeigenleiter, Werbeleiter usw. - und das alles verteilt auf die regional sehr unterschiedliche Färbung der Bundesrepublik. Was uns verbindet, ist einerseits der kirchlich - religiöse Auftrag und andererseits das Stre-

Frevel: Betrachtet man die Fülle an Veranstaltungen und regionalen Angeboten, die die GKP in den vergangenen fünfzig Jahren durchgeführt hat, fällt es nicht leicht, Schwerpunkte ausfindig zu machen. Kontinuität mag jedoch ein Zeichen für solche „Schwerpunktsetzung“ sein. Kontinuierlich hat die GKP seit ihrer Gründung Fortbildungsveranstaltungen im beruflichen Feld für ihre Mitglieder angeboten - von journalistischen Grundkursen über Werkwochen zu kirchlichen und gesellschaftlichen Themen bis hin zu zeitgeschichtlichen Kolloquien oder Tagungen zu Themen aus

ben nach einer fachlich hohen Kompetenz.

Zur Zeit ist die Weiterbildung Schwerpunkt der Aktivitäten. Allein im Jahr 1998 bietet die AKP den verschiedenen Zielgruppen (einschließlich Sekretärinnen) 23 Veranstaltungen an, in denen es sowohl um handwerkliche redaktionelle Themen, um verlegerische Kompetenz, um Menschenführung wie auch um spirituelle Vertiefung geht. Erstmals hatte die AKP für 1998 einen AKP-Kalender und ein Verzeichnis der Bildungsveranstaltungen angeboten, auf denen neben dem Seminar „Das Bild in der Katholischen Presse“, auch der „Internet-Auftritt“, das „Outsourcing“, und Sekretärinnenseminare zu finden sind. Höhepunkt dieses Jahres wird eine Reise nach Israel sein mit kompetenten Gesprächspartnern auf israelischer und palästinensischer Seite.

Sehr gefragte Höhepunkte sind außerdem die Hintergrundgespräche mit Politikern in Bonn auf Einladung des Bundespresseamtes, die Gespräche mit dem Sekretär des Deutschen Bischofskonferenz, Pater Hans Langendörfer und mit dem Vorsitzenden des Zentralkomitees der deutschen Katholiken, Dr. Hans Meyer.

Die Geschäftsstelle gibt auch kostenlos das Gesamtverzeichnis weiter, in dem alle der AKP angehörigen Publikationen kurz vorgestellt werden. Außerdem ist die AKP mit einem Stand und Ansprechpartnern/innen auf dem

dem Medienbereich.

Von Beginn der GKP an war die internationale Arbeit der Gesellschaft wichtig. Schon die erste Tagung in Walberberg 1948 war eine „Internationale Werkwoche katholischer Publizisten“, zu der die Teilnehmer unter recht abenteuerlichen Bedingungen anreisten. Schon zum 38. Mal fand in diesem Jahr das Deutsch-Französische Publizistentreffen statt; ein Treffen, das sich nicht mehr wegdenken lässt und fast unverzichtbar für die GKP erscheint. Zahlreiche „Drei-Länder-Treffen“ mit österreichischen und Schweizer Kollegen sowie im Aachener Raum Begegnungen mit katholischen Journalisten aus Belgien und den Niederlanden vervollständigen diese Angebote.

Journalistenreisen ins Ausland, in den vergangenen Jahren schwerpunktmäßig nach Lateinamerika, fanden guten Anklang.

Neben der inhaltlichen Arbeit sowie der Fortbildung steht bei allen Veranstaltung stets der kollegiale Austausch mit im Vordergrund - und zwar über die Generationen hinweg. Der Student kann sicher sein, von den „gestandenen“ Kollegen ernstgenommen zu werden.

Eine seit den fünfziger Jahren existierende Tradition der Kooperation mit der Bensberger Thomas-Morus-Akademie wurde in den vergangenen drei Jahren wieder mit neuem Leben erfüllt. Eine Kooperation gab es lange Jahre

Katholikentag und auf der Buchmesse vertreten. Dagegen wird auf eine kostspielige Gemeinschaftswerbung, wie sie längere Zeit versucht wurde, aus Kostengründen verzichtet.

auch mit der Arbeitsgemeinschaft katholische Presse: Bis 1974 wurden vierteljährlich die verbandseigenen „Mitteilungen“ gemeinsam von AKP und GKP erstellt.

5. Was waren die Hauptereignisse und Höhepunkte in der 50jährigen Verbandsgeschichte?

Eberts: Bei dieser Frage darf ich persönlich werden: Ich habe die fünfzig Jahre nicht miterlebt. Als Theologiestudent habe ich eher geringschätzig auf „unsere katholische Presse“ herab geschaut, eine Haltung, die ja auch heute noch bei kirchlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern verbreitet sein soll. Dann hatte ich die Möglichkeit, bei der auf Privatinitiative einiger Verleger der AKP entstandenen Bayerischen Journalistenschulung e.V. in Augsburg eine solide journalistische Ausbildung mit Volontariat zu erhalten. Damals, in den sechziger Jahren, setzte sich die AKP das Ziel, „nicht mehr der Geistliche, sondern der Laie, der ausgebildete Journalist, ist in der Regel Redakteur katholischer Zeitungen und Zeitschriften; er versteht das Medium, in dem er tätig ist, nicht mehr als Erbbaungsorgan, als apologetisches Instrument, als zweite Kanzel, sondern als Informationsmedium, das den Leser über das, was in der Kirche und für die Kirche wichtig ist, unterrichtet.“ Heute ist die Zusammen-

Frevel: Erster Höhepunkt der GKP-Arbeit war zweifelsohne 1950 die Fahrt 80 deutscher katholischer Publizisten unter der Leitung von Pater Jansen-Cron und Karl Bringmann nach Rom zum 3. Weltkongress der katholischen Presse. Wichtig war wohl auch die im November 1950 – auf einer Autobahnraststätte bei Siegburg – vorgenommene klare Trennung zur AKP sowie die Förderung der Gründung der KNA.

Die „Nachwuchskurse“ sowie die „Rundfunkwerkwochen“ der GKP wurden zur Schule zahlreicher bekannter Journalisten. Referenten dieser Werkwochen waren unter anderem Emil Dovifat, Karl Holzamer, Werner Höfer und Otto B. Roegele. Aus diesen Angeboten entwickelten sich die „Bensberger Kurse“, die nicht nur journalistische oder kirchliche Themen behandelten, sondern versuchten, Journalisten auszubilden, die über ein möglichst breites Wissensspektrum verfügen sollten. Die „Bensberger Kurse“ insgesamt können sicherlich zu einem der inhaltlichen Höhepunkte

arbeit von Laien und Priestern kein Problem mehr, sofern beide ihr journalistisches Handwerk verstehen.

Die AKP nahm ich zunächst bei Jahresversammlungen zur Kenntnis, wobei ich erstaunt war, daß dort nicht nur ernsthaft getagt, sondern auch ausgiebig gefeiert wurde. Letzteres fehlt uns heute, weil die Tagungen aus Kostengründen gekürzt sind.

Was aber waren Höhepunkte in der Verbandsgeschichte? Das waren die Jahresversammlungen, weil sie sich nicht nur mit berufsspezifischen, sondern auch mit gesellschaftlichen und kirchenpolitischen Fragen beschäftigten.

Die Diskussionen und Resolutionen wurden durch Ereignisse von Außen beeinflusst. Durch das Zweite Vatikanische Konzil (1962-1965) entstand eine Fülle an kirchlicher Information und Offenheit in der Diskussion, die sich auch positiv auf die Berichterstattung der Kirchenpresse auswirkte. Hatte das Mediendokument des Konzils, das Dekret „*Inter mirifica*“ von 1963, weithin enttäuscht, so wurde die Pastoralinstruktion „*Communio et progressio*“, die Papst Paul VI. 1971 herausgab, als „*Magna Charta*“ von den katholischen Medien gefeiert. Der gleiche Papst hatte 1968 durch die Enzyklika „*Humanae vitae*“ (Geburtenkontrolle) in der westlichen Welt eine Kirchenkrise ausgelöst, die zur Entfremdung vieler Katholiken von ihrer Kirche

der Arbeit der GKP gezählt werden.

Einen wichtigen Einschnitt bedeutete der Tod von P. Jansen-Cron, dem bisherigen Motor der GKP, am 18. Dezember 1956.

Natürlich gehören II. Vatikanische Konzil und Würzburger Synode ebenso zu den Höhepunkten der GKP: Waren doch zahlreiche Mitglieder der Gesellschaft als „Mittler“ tätig und brachten die Ereignisse und Beschlüsse „unter's Volk“.

Und natürlich waren auch die bisherigen Jubiläen zum 25jährigen und 40jährigen Bestehen der GKP (zu denen jeweils Festschriften erschienen) Höhepunkte verbandlichen Lebens. Daß Mitglieder der GKP in den Gremien der UCIP, der katholischen Weltunion für die Presse, in leitender Position tätig waren und sind, ist sicherlich erwähnenswert.

Der kürzlich verstorbene Weihbischof Walter Kampe, jahrelang Geistlicher Beirat der GKP, meinte auf einer Vorstandssitzung der GKP 1971, daß vieles von dem, was die Gesellschaft geleistet habe, heute nicht mehr gesehen werde. Der Haupteinsatz der GKP liege „hinter den Kulissen“. So zum Beispiel auch der Vorschlag der GKP, eine Nachfolgesynode zur Würzburger Synode abzuhalten. Letztendlich wurde daraus, wie es Hubert Schöne, Vorsitzender der GKP von 1981 bis 1987, ausdrückte, als „Konsequenz“ die inzwischen schon traditionelle Stu-

führte. Die Krise dauert an, auch wenn es heute neue und andere Gründe gibt. Die katholische Presse ist voll in den Sog dieser Krise hineingeraten.

Der kritischen Lage versuchte man durch die Gemeinsame Synode der Bistümer in der Bundesrepublik Deutschland (1972-1975) in Würzburg entgegen zusteuern. Die Bistumszeitungen gründeten damals eine Gemeinschaftsredaktion, die von der Synode berichtete. Anfang der siebziger Jahre begannen einige Bistumsblätter mit Kooperationen, der Erstellung gemeinsamer Seiten. Die erste Kooperation mit dem Druck eines gemeinsamen Teiles entstand durch die Vereinigung der Bistumszeitungen von Mainz, Fulda und Limburg. In den achtziger Jahren folgten die sogenannte Nord-Ost-Schiene, die Kirchenzeitungen von Hildesheim, Osnabrück, Berlin und später Leipzig und Hamburg. Im Bereich der Ordenszeitungen gründeten in den siebziger Jahren 32 Missionsorden das Zweimonatsmagazin „Kontinente“.

Zum Stichwort Kooperation gehört auch auf verlegerischen Gebiet der Anzeigenring für konfessionelle Presse „Konpress“, der von AKP-Verlegern gegründet wurde, an dem auch evangelische Kirchengebietsblätter beteiligt sind. Mit dem Gemeinschaftswerk der Evangelischen Presse (GEP) und der AKP gibt es seit Gründung eine Zusammenarbeit in der Fachgruppe „Konfessionel-

dientagung von Deutscher Bischofskonferenz und Zentralkomitee der Deutschen Katholiken.

ler Presse“ im Verband der Deutschen Zeitschriftenverleger. Höhepunkte sind seit 1984 alle drei Jahre die gemeinsamen Jahrestagungen von AKP und GEP.

6. Welche konkreten Ergebnisse haben sich durch Verbandsinitiativen ergeben?

Eberts: Die ökumenische Zusammenarbeit zählt zweifellos zu den konkreten Ergebnissen der Verbandsinitiativen. Ein anderes erfreuliches Ergebnis ist die Ausbildung des journalistischen Nachwuchses. Schon 1949 erkannten die Verleger und Redakteure in der AKP, daß die Förderung des Nachwuchses entscheidend für die Gestaltung der katholischen Presse ist. Die Gründung des Instituts zur Förderung des publizistischen Nachwuchses München (IFPN - heute: ifp), an der die AKP stark beteiligt war, ist sicher ein sehr konkretes Ergebnis dieser Arbeit.

Ebenso ist der Verband an der Gründung der Medien-Dienstleistungsgesellschaft (MDG) beteiligt, die durch gezielte Beratung und finanzielle Unterstützung die konfessionellen Medien wettbewerbsfähig zu erhalten versucht.

Zusammen mit der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz wurde von der AKP der seit 1967 begangene „Medien-sonntag“, an dem die Aktivitäten der Kirche auf dem Medienbereich in das Bewußtsein der Öffent-

Frevel: Aus den ersten Werkwochen für Journalisten waren, wie schon erwähnt, die „Bensberger Kurse“ entstanden. Diese wurden 1969 in die Thomas-Morus-Akademie eingegliedert und zusammen mit GKP, AKP und den kirchlichen Hauptstellen durchgeführt. Schon 1962 hatte die GKP darauf hingewiesen, daß die „Bensberger Kurse“ auf Dauer kaum ausreichen könnten, den katholischen Nachwuchs für die Publizistik sicherzustellen. 1969 wurde das Institut zur Förderung Publizistischen Nachwuchses gegründet - auch durch die kräftige Mithilfe von GKP-Vorstandsmitgliedern in der seit 1966 existierenden Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz. Anton Magnus Dorn hat dies in einem Beitrag für die Festschrift „Bekanntmachung“ zum 40jährigen Bestehen der GKP ausführlich dargelegt - die Einzelheiten würden den Rahmen dieses Interviews sicherlich sprengen.

Eine zweite wichtige Initiative, die auf der Mitgliederversammlung am 12. Juni 1972 vorgeschlagen wurde, hat bis heute Bestand:

lichkeit gerückt werden soll, ausgerichtet.

In Verbindung mit dem "Medien-Sonntag" wird jährlich der Katholische Journalistenpreis vergeben. Er wurde 1974 auf gemeinsame Anregung von AKP und GKP von der deutschen Bischofskonferenz gestiftet und 1975 zum ersten Mal verliehen. Er soll „herausragende Leistungen auf dem Gebiet der katholischen Publizistik auszeichnen“. Die unabhängige Jury setzt sich aus Mitgliedern zusammen, die von der Zentralstelle Medien, von der GKP und der AKP nominiert werden.

der Katholische Journalistenpreis. Treibende Kraft war Prof. Dr. Otto B. Roegele. Die Idee war, gemeinsam mit der AKP den Preis für eine besondere publizistische Leistung zu vergeben. Vermittelt durch den damaligen Geistlichen Beirat der GKP, Weihbischof Kampe, stimmte die Publizistische Kommission der DBK im Februar 1974 den Bestrebungen grundsätzlich zu. Der Preis wird seitdem durch die GKP und AKP verliehen; er ist gestiftet durch die Deutsche Bischofskonferenz. Eine unabhängige Jury, in der je zwei Vertreter von GKP und AKP sowie ein Vertreter der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz sitzen, entscheidet über die Preisvergabe. Die Dotierung wurde in den vergangenen Jahren mehrfach aufgestockt.

Letzte und jüngste Initiative der GKP war die Gründung eines Netzwerkes junger katholischer Journalisten für Europa sowie die Wiederbelebung des nationalen Netzwerkes, das unabhängig von der GKP, jedoch in enger Abstimmung mit dem internationalen UCIP-Netzwerk in Genf arbeitet. GKP-Mitglieder sind die ersten Koordinatoren sowohl des deutschen wie auch des europäischen Netzwerkes.

7. Welche Rolle spielte und spielt Ihr Verband in Kirche, Gesellschaft und Medienwelt in den Nachkriegsepochen des Wiederaufbaus, der Wirtschaftsblüte und der gegenwärtigen Globalisierung?

Eberts: In der Zeit des Wiederaufbaus nach dem Krieg ging es vor allem darum, die Solidarität und Gemeinsamkeit unter allen in der Kirchenpresse Tätigen - Verlegern und Redakteure, Priestern und Laien, Männern und Frauen - zu stärken.

Es läßt sich nur ahnen, wie stark in der Nachkriegszeit, und später in den Jahren des Zweiten Vatikanischen Konzils die katholische Presse beigetragen hat für die Vermittlung von Werten, dem Auf- und Ausbau von Vereinen und Verbänden, der Weckung von Priester- und Ordensberufen und der Förderung des Missionsgedankens. Ohne die in der AKP zusammengeschlossenen Medien wäre das Konzil kaum in der Weise „eingedeutscht“ worden, wie es geschehen ist.

Bald kam die Aufgabe der Nachwuchsförderung und der Qualitätsverbesserung durch Schulungen, Fortbildung und Preisauszeichnungen hinzu.

Das vatikanische Dokument „*Communio et progressio*“ legte den Grundstein für eine Neuorientierung aller katholischer Blätter in den 70er Jahren. Nach dem abrupten Ende der Wochenzeitung „*Publik*“ und in Zusammenhang mit der Würzburger Synode wurde ein „Gesamtkonzept“ der katholischen Presse erarbeitet.

Frevel: Ohne Zweifel haben die bereits vor der Gründung der Bundesrepublik wie auch die ersten nach 1949 durchgeführten Veranstaltungen der GKP, die - wie erwähnt - oft einen internationalen Charakter hatten, einen friedensstiftenden Charakter. Der Versuch, Geschehenes aufzuarbeiten und daraus Aussöhnung entstehen zu lassen, zieht sich auch durch die Anfänge der deutsch-französischen Publizistentreffen, die schon Heinrich Jansen-Cron geplant hatte. Die deutsch-französischen Publizistentreffen haben mit zur Aussöhnung und späteren Freundschaft zwischen Frankreich und Deutschland beigetragen.

In den Zeiten des Wiederaufbaus und der Wirtschaftsblüte war es für katholische Chefredakteure geradezu eine „Pflicht“, Mitglied der GKP zu sein. Die Tagungen der Gesellschaft haben durch diesen Umstand (daß nämlich stets ein großes mediales Echo der Tagungen in zahlreichen Zeitungen der Republik erfolgte) den (geistigen) Wiederaufbau Deutschlands gefördert.

Die GKP war Mitbegründer des Heinrich-Jansen-Cron-Werkes, das im Sinne des ersten Vorsitzenden der GKP vor allem junge Medienfachleute in der „3. Welt“ zu fördern versucht.

Die fortschreitende Säkularisierung der Gesellschaft, verbunden mit nachlassender Kirchenbindung und Auflagenrückgang, forderte schließlich eine stärkere Professionalisierung sowie inhaltliche und gestalterische Fortentwicklung.

Im Zeitalter der Globalisierung ist darüber hinaus die Mitarbeit in der Weltunion der Katholischen Presse, der die AKP von Anfang an angeschlossen ist, die sie durch ihre finanziellen Beiträge nicht unerheblich unterstützt, und an deren Leitung sie maßgeblich beteiligt ist, von großer Bedeutung.

Die GKP hat oft mit zu (vor allem den katholischen Bereich betreffenden) Medienfragen Stellung bezogen, was ihr nicht immer Freunde einbrachte. Dennoch ist der Vorstand der festen Überzeugung, daß klare Aussagen notwendig sind, um Mißstände zu beseitigen - aber auch, um das Profil der GKP nach außen deutlich zu machen.

8. Hat es Krisen gegeben, gibt es sie?

Eberts: Krisen, so daß am Fortbestand des Verbandes gezweifelt werden mußte, gab es nicht. Es gab eher Probleme als Krisen. Schon bei der Gründung der AKP haben die Gründungsväter die schlechte Bezahlung der Redakteure angeprangert. Finanzielle und soziale Fragen beschäftigten die AKP über viele Jahre. Heute gibt es keinen Unterschied zur säkularen Presse.

Krisen entstehen dort, wo Chefredakteur, Verleger, Verlagsmitarbeiter oder sonst ein Kollege oder eine Kollegin gefeuert werden. Wo erkennbar gegen bestehende Verträge verstoßen oder falsche Meldungen in die Welt gesetzt werden, hat sich die AKP deutlich und erfolgreich zu Wort gemeldet. Ansonsten gibt es ein

Frevel: Die Zeit der zunehmenden Säkularisierung und „Verdunstung“ des katholischen Milieus ging auch an der GKP nicht spurlos vorbei. Die Gesellschaft mußte und muß noch heute um neue Mitglieder kämpfen. Unter Hubert Schöne und Dr. Eva Maria Streier wandelte sich die GKP jedoch vom „Altherrenverband“ verdienter katholischer Publizisten zu einem Personalverband, dem mehr und mehr jüngere Journalisten angehören.

Eine der einschneidendsten Krisen war zweifelsohne der Austritt des ehemaligen Vorsitzenden Hermann Boventer, der die GKP aufgrund eines Konfliktes um eine Veröffentlichung in der Festschrift „Bekanntmachung“ zum 40jährigen Jubiläum der GKP verließ.

Spannungsfeld zwischen Solidarität und Zuständigkeit.

Es gab außerdem Schwierigkeiten und Krisen wegen bestimmter Veröffentlichungen in Bistumsblättern und vor allem in der Jugendpresse. Da wäre es wünschenswert gewesen, wenn sich die AKP stärker eingemischt hätte.

Zwei Krisen gehen an den Nerv der katholischen Presse. Die erste: Nicht erst heute, sondern seit 25 Jahren, gibt es schwindende Auflagen und der Alterungsprozeß der Leser/innen bei vielen unserer Publikationen. Das berührt nicht nur das Selbstverständnis der Redaktionen und Verleger, sondern hat auch Auswirkungen auf die soziale Lage. Es geht schließlich auch bei der katholischen Presse um Arbeitsplätze.

Die zweite: Der sogenannte Reformstau innerhalb der Kirche wirkt sich auf die Berichterstattung aus. Die Glaubwürdigkeitsfrage, die der Kirche gestellt wird, berührt auch die katholische Presse. Die Kommunikationsbereitschaft, von der die Medien leben, ist gestört. Das Schweigen der reformwilligen Leserbrief-Schreiber im Gegensatz zu den traditionalistischen Gruppen läßt kaum einen wirklichen Dialog aufkommen.

Dies wie später auch der Konflikt, ob der damalige Chef der „Republikaner“, Schönhuber, von einer GKP-Region zum Hintergrundgespräch geladen werden sollte, führte fast zu Spaltungen des Verbandes.

Krisen gab es auch um das Recht der freien Meinungsäußerung innerhalb der GKP-Informationen und die Grenzen derselben im „Verbandsorgan“ der GKP.

Letzte „Krise“ war eine Resolution der GKP-Jahrestagung in Osnabrück im November 1996 zu einem Vorgang in der Erzdiözese Köln. Dort hatte die Pressestelle des Erzbistums einem Journalisten Auskunft zu einem bestimmten Fall verweigert mit dem Hinweis, daß mit ihm aus „sicher bekannten Gründen“, die jedoch nichts mit dem recherchierten Fall zu tun hatten, grundsätzlich nicht mehr zusammengearbeitet werde. Diese Resolution hatte einige Wellen geschlagen und auch zu Austritten aus der GKP geführt.

9. Welche Rolle spielt ihr Verband heute: Ist er weitgehend auf den Wirkungskreis der Mitglieder begrenzt oder/und ist er auch nach draußen wirksam?

Eberts: Die AKP ist in erster Linie für ihre Mitglieder da, wie die bisherigen Ausführungen zeigen. In dem sie aber die Zusammenarbeit der Mitglieder fördert, fördert sie auch die beruflichen, sozialen und religiösen Belange aller in der katholischen Publizistik Tätigen. So ist die AKP auch nach außen wirksam.

Wirksam wird die AKP schließlich durch Persönlichkeiten aus dem Verband, die sich in der Öffentlichkeit zu Fragen der Medien, der Kirche oder der Gesellschaft äußern. Schließlich ist es nicht zu unterschätzen, daß beispielsweise mehr als die Hälfte der bei uns ausgebildeten Volontäre nach Abschluß ihrer Ausbildung zu säkularen Medien gehen.

Nach außen wirkt die AKP letztlich durch die 7,1 Millionen Publikationen.

Frevel: Gegenfrage: Kann man die Aktivitäten eines journalistischen Verbandes überhaupt auf eine „Binnenöffentlichkeit“ beschränken? Ich meine nein. Wenn die GKP eine Veranstaltung macht, ist stets „Öffentlichkeit“ hergestellt. Schließlich sind jedes Mal Journalisten anwesend.

Eine Rolle spielt die GKP ohne Frage in der „Medienpolitik“ der Kirche. Als einer der zwei führenden publizistischen Vereinigungen ist die GKP nicht nur Mitglied im Zentralkomitee der Deutschen Katholiken und stellt mit Dr. Eva-Maria Streier eine Sprecherin des ZdK, sondern ist auch in der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz vertreten.

Als Personalverband ist die GKP auch durch ihre Mitglieder aktiv, die in den kommunal- und bundespolitischen (mehrere Bundestagsabgeordnete sind Mitglieder unserer Gesellschaft), gewerkschaftlichen, kirchlichen und kulturellen Bereichen tätig sind.

Durch gute Veranstaltungen wie zum Beispiel die Jahrestagung 1996: „Spott und Hohn mit Gottes Sohn“ zur Verunglimpfung der Religion in den Medien wirkt die GKP direkt in Kirche, Medien und Politik hinein.

10. Welche Rolle kann und will ihr Verband in der Zukunft spielen?

Eberts: Nach einer Zeit der Konsolidierung sehen wir für unseren Verband wichtige Aufgaben für die Zukunft: Innerhalb des Verbandes soll der verkleinerte Vorstand und der Ersatz der bisherigen festen Arbeitskreise durch ad hoc Arbeitskreise zu schnelleren Entscheidungen führen.

Katholische Publizistik kann künftig nur eine Rolle spielen, wenn ihre Macher solidarisch zueinander stehen.

Die Zusammenarbeit mit den bewährten Partnern MDG, Zentralstelle Medien, ifp, GEP und nicht zu letzt mit der GKP gilt es auszubauen. Von unseren Kollegen bei den säkularen Medien, davon bin ich überzeugt, können wir viel lernen: was die Themenwahl angeht und was die „Schreibe“ betrifft.

Innerkirchlich sollten mit genügend Selbstbewußtsein der eigene Standpunkt und die Erfahrungen der katholischen Medien eingebracht werden. Nach „Communio et progressio“ haben nicht nur die Journalisten etwas von der Kirche zu lernen, sondern auch die Kirche von den Journalisten.

Die Globalisierung schließlich fordert von uns noch stärkere Anstrengungen im Bereich der Aus- und Weiterbildung. Dazu gehört auch der Umgang mit den elektronischen Medien. Die AKP muß - wie in der Vergangenheit - Ideen-

Frevel: Die GKP will auch in Zukunft vorrangig für ihre Mitglieder da sein. Sie will ein Zusammenschluß sein, in dem (katholische) Journalisten einen Raum zum Austausch, zur Weiterbildung und zur Besinnung finden. Ich möchte den kürzlich leider verstorbenen Weihbischof Walter Kampe zitieren: „Die Gesellschaft (gemeint ist die GKP) sollte sich nicht scheuen, wieder mehr Angebote zur geistigen Erneuerung zu machen. Die weit überwiegende Mehrheit der Publizisten steht in dem der Aktualität verschriebenen Raum der Journalistik. Wie aber ist es möglich, solchen Menschen, die stets in Zeitdruck leben, eine der Ewigkeit zugewandte Spiritualität zu vermitteln? Gerade der gehetzte Journalist, der ständig unter Druck steht, bedarf einer geistigen Kur“. Solche Kurangebote macht die GKP ihren Mitgliedern, und die Einkehrtage werden wieder stärker angenommen.

Die GKP muß weiterhin ihre „großen Tugenden“ leben: Das Gespräch und den Austausch unter den Mitgliedern, der ohne Hemmnisse aufgrund beruflicher Stellung oder Altersunterschied bisher stets hervorragend funktionierte. Sie muß weiterhin gute und attraktive Angebote machen, die auch für Journalisten interessant sind. Sie muß jungen Kollegen Hilfestellung geben und altgediente

börse sein zum Nutzen unserer Publikationen.

Die Öffentlichkeitsarbeit muß zweifellos verstärkt werden. Und dieses auch auf der europäischen und Weltebene, wo wir mit der Weltunion der Katholischen Presse (UCIP) ein gutes Instrument für diese Aufgabe haben. In der UCIP ist die AKP einer der größten Verbände, der außerdem finanziell die Aufgaben der internationalen katholischen Presse großzügig unterstützt.

Schließlich darf die spirituelle Prägung der Mitglieder keine Nebensache bleiben. Unsere Publikationen, Redaktionen und Verlage haben eine Zukunft, wenn sie nicht im Stil der Zeit „Religion light“ anbieten, sondern die ganze befreiende Botschaft des Evangeliums. Dies läßt sich aber nur bezeugen, wenn einer innerlich selbst Zeuge ist.

GKP'ler nicht vernachlässigen.

Aus diesen Gesprächen können dann auch weiterhin Initiativen entstehen, die wie in den vergangenen 50 Jahren zu Aktivitäten innerhalb der Kirche führen. Wenn dies alles gelingt, ist mir um die Zukunft der GKP nicht bange.

Radio Campanile

Traum vom „Sender des guten Wortes“ zerplatzt

„Radio Campanile hat seinen Sendebetrieb vorübergehend eingestellt“, informierte Anfang Juli 1998 eine Daueransage die Hörerschaft. Faktum: Die *Radio Campanile GmbH & Co.KG* war zahlungsunfähig und mußte beim zuständigen Gericht in Ludwigshafen Konkurs beantragen. Der „Sender des guten Wortes“, wie es in der Eigenwerbung hieß, ist verstimmt. Von mindestens 1,4 Millionen Mark Defizit war die Rede; informierte Kreise schloßen eine Summe von über zwei Millionen Mark nicht aus. Die zuletzt neun MitarbeiterInnen des Senders im Studio Ludwigshafen wurden am 3. Juli ohne Bezüge von der Arbeit freigestellt. Der Traum des Bonner Fördervereins *Katholiken im Rundfunk*, den ersten bundesweit ausstrahlenden christlichen Informationssender, der religiösen und kirchlichen Themen einen größeren Raum als andere Radios gibt, aufzubauen, sind zerplatzt.

Ein Programm gegen viele Vorstellungen, die gemeinhin mit der Spezi- es Privatradio assoziiert werden, kam seit rund anderthalb Jahren aus einem Studio im rheinland-pfälzischen Ludwigshafen. Diese sich von anderen Anbietern absetzende Ausrichtung war Konzept. In letzter Zeit war sie allerdings teilweise auch eine Folge der zunehmend schwierigen Situation, in die das private *Radio Campanile* (RC) geraten war. Von Ludwigshafen aus hatte RC täglich sein 15stündiges Programm gesendet. Die Station war anfangs nur über Satellit, dann aber auch über Kabel in allen Bundesländern - ausgenommen Berlin - empfangbar. Indes: Ende letzten und Anfang dieses Jahres hatte RC, das nach der Intention seiner Gründer vor allem „erkennbar gute Nachrichten“ melden sollte, in eigener Sache eher für schlechte gesorgt.

Euphorie im Advent 1996

Mit berechtigtem Stolz konnten die Mitglieder des 1990 gegründeten Bonner Vereins *Katholiken im Rundfunk* (KiR) ihren christlich orientierten Sender am 8. Dezember 1996 erstmals hören. Zwar war der Start von RC vor allem aus finanziellen Gründen mehrfach verschoben worden, doch nun gelang er symbolträchtig „im Advent“. Nach einem „häufig mühevollen und steinigen“ Weg sah sich der KiR-Vorsitzende Willy Trost am Ziel. Ein Jahr zuvor hatte die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten die bundesweite Ausstrahlung von RC genehmigt. Nunmehr sollte der Sender zügig ausgebaut werden, um zu „verkünden was pas-

siert, ohne zu verkündigen“. Es handle sich um einen „unabhängigen“ Sender, der „informieren und nicht indoktrinieren“ wolle; um ein Programm aus christlicher Verantwortung, nicht aber um ein „Kirchenradio“. Die Kirche begleitete RC von Beginn an mit Wohlwollen, gab jedoch mit Blick auf die bewährte Zusammenarbeit mit den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten keine Gelder. Letztere wolle man auch gar nicht, wurde von Trost denn auch stets betont: RC solle sich nach einer Anlaufphase durch Sponsoren, Spenden und Werbeeinnahmen tragen.

Es war dem Verein KiR gelungen, in der bundesdeutschen Medienlandschaft seinen Sender gleich einem freistehenden Glockenturm (Campanile) aufzurichten. Die Idee war naheliegend und auch nicht ganz neu. Mit dem *Christlichen Sender Bamberg* hatte sie 1947 schon einmal Gestalt angenommen. Um einen freistehenden Campanile allerdings pfeift oft ein starker Wind. Freundlich, aber doch skeptisch warnte der Kommunikationswissenschaftler Michael Schmolke die Initiatoren daher zum Start vor zu hochfliegenden Träumen. Gut 50 Jahre später, so Schmolke, betrete RC eine völlig veränderte Rundfunkwelt; es betrete sie in puncto Technik und Medienwirtschaft unter „einschränkenden Bedingungen“. Zum geplanten Wortprogramm meinte der in Salzburg lehrende Schmolke: Es müsse also „vom ‚Glockenturm‘ nicht nur gut und lautstark, sondern vor allen unverwechselbar geläutet werden, wenn sich Erfolg einstellen soll.“

Unverwechselbar wurde vom Ludwigshafener Campanile durchaus geläutet – doch leider etwas schwach. Viele Wiederholungen – sowohl den Tag als auch die Woche über – fielen ebenso auf, wie der mit bis zu 30 Prozent für ein Wortprogramm doch hohe tägliche Musikanteil. Anders allerdings, das sei zugestanden, hätte das motivierte und mittlerweile auf neuen Personen reduzierte Redaktionsteam das Programm von 6.00 Uhr bis 21.00 Uhr kaum aufrecht erhalten können. RC wollte weder „sterile Professionalität“ noch möglichst kurze Beiträge und „Häppchen“, wie dazu Alfons Lauströer (55), seit Ende Oktober 1997 neuer Chefredakteur des Senders, erklärte. Ein wenig wurde da auch die Schiefelage des „Glockenturms“ mit der grundsätzlichen Programmphilosophie aufgefangen.

Informations- oder Verkündigungssender?

Hinweise auf eine ernsthafte Krise bei *Radio Campanile* verdichteten sich seit Mitte 1997. Das Aus für den Sender in seiner bisherigen Konzeption stehe bevor, warnten schon damals die einen. Der Informations- solle in einen „Verkündigungssender“ umgewandelt werden. Neue Geldgeber, die für das angeschlagene Projekt gefunden wurden, kämen aus dem

Umfeld von Emmanuele Ferrario, dem Direktor des Verkündigungssenders *Radio Maria* in Italien, und würden entsprechend ihren Einfluß geltend machen. Der Konkurs sei unabwendbar, läuteten andere bereits die Totenglocke für RC. Im Herbst letzten Jahres griffen mehrere Medien das Szenario einer „feindlichen Übernahme“ durch das italienische *Radio Maria* auf. Beobachter fragten sich, ob die bisherigen qualitativen Grundsätze für einen Informationssender bei RC über Bord geworfen würden. Die Situation, hieß es in dieser Phase aus der bereits in Auflösung befindlichen Redaktion der ersten Stunde in Ludwigshafen, sei „gespenstig“.

Der KiR-interne Streit um Informations- oder Verkündigungssender förderte nach und nach falsche Einschätzungen und hausgemachte Fehler zutage. Obwohl ausreichende materielle Voraussetzungen nicht gegeben waren, beschlossen die KiR-Verantwortlichen den Start von RC für den Dezember 1996 - wohl mit zu viel Optimismus, in jedem Fall aber aus dem Willen, das Projekt jetzt nicht mehr scheitern zu lassen, drohte doch bei einer weiteren Verzögerung der Verfall der Sendelizenz. Erst auf dem Höhepunkt der Krise wurde seitens der Vereinsleitung die unzulängliche Ausgangslage etwas konkretisiert: Ende 1996 seien 1,5 Millionen Mark vorhanden gewesen, und es habe weitere finanzielle Zusagen in Höhe von mehreren Millionen Mark geben, „die jedoch nicht eingehalten wurden“, wie der KiR-Vorstand schließlich im Januar 1998 einräumte. Der Betrieb von RC „wird im Jahr 1997 ca. 5 Mio DM kosten. Trotz rigoroser Sparmaßnahmen werden auch weiterhin monatlich mehrere hundert Tausend DM für den laufenden Sendebetrieb aufzuwenden sein. In 1977 stehen dem Einnahmen aus Werbung von nicht einmal 30.000,- DM gegenüber. Die Fördermitglieder spendeten 1997 insgesamt etwa 30.000,- DM. Die Verbindlichkeiten überstiegen Mitte Mai 1997 die Millionengrenze. Der Konkurs stand kurz bevor“, hatten wenige Tage zuvor bereits der neue KiR-Geschäftsführer Benedikt Trost, der Sohn des Vereins-Vorsitzenden, und Volker Harth, Beisitzer des Vorstandes, in einem Brief an die rund 300 Mitglieder des Initiativ- und Fördervereins bilanziert.

Bei der schwierigen Suche nach neuen Geldgebern kam schließlich ein Kontakt zwischen der KiR-Spitze und dem italienischem *Radio Maria* zustande, das sich, wie beide Seiten später betonten, völlig uneigennützig als Helfer in der Not angeboten habe. Genau dies aber zogen mehrere KiR-Gründungsmitglieder in Zweifel. Der neuen Investorengruppe (IVG), die bei der Mitgliederversammlung am 10. Oktober 1997 in Bonn präsentiert wurde, so ihr Verdacht, gehe es nicht um den Fortbestand von RC, sondern um ein anderes Profil. RC solle zum Verkündigungssender umgewandelt werden. Dabei ging es den Kritikern nicht darum, die Qualität von *Radio Maria* in Zweifel zu ziehen. Aber abgesehen davon,

daß ein Verkündigungssender weder auf Deutschland übertragbar sei, noch eine Lizenz erhalte, sei dies auch nicht mit der Gründungsidee von RC vereinbar. Mit der Drohung, daß es andernfalls kein Geld gebe, hätten die Vertrauensleute der IVG die Wahl von Willy Trost zum KiR-Vorsitzenden durchgesetzt. Unter ihrem Druck seien neue Mitglieder aus den Reihen der IVG in den Verein aufgenommen und einige auch gleich in den Vorstand gewählt worden.

Weitere Personalveränderungen im Verein, im Programmbeirat von RC und in der *Radio Campanile GmbH & Co KG*, die den Sender betrieb, wurden mit der neuen IVG ebenso in Verbindung gebracht, wie die in der RC-Redaktion bereits veranlaßten Einschnitte. Hier wurden unter anderem die befristeten Verträge von Chefredakteur Joachim Kirsch sowie der „Kirchen“-Redakteure Michael Ragg und Stefan Köpf nicht verlängert. Auf Druck der IVG, hieß es weiter, sei Alfons Lauströer, der Nachrichtenchef der *Bayerischen Landesradioprogrammgesellschaft* (BLR), von der RC die Nachrichten zur vollen und halben Stunde kaufte, als neuer Chefredakteur verpflichtet worden. Im übrigen existierte zur Zukunft des Senders auch ein Gutachten des BLR-Chefredakteurs Günther Lindinger. Einige seiner Ideen ähnelten zumindest dem, was sich zuletzt in der RC-Sender- und Programmstruktur fand.

Den Verdacht einer „Übernahme“ und einer unzulässigen Einflußnahme der neuen Investoren auf das RC-Programm hat der KiR-Vorsitzende Trost stets zurückgewiesen. Radio Maria habe nie die Übernahme von RC beabsichtigt. Wohl bestätigte er, daß Emmanuele Ferrario als Einzelperson mit einer relativ geringen Einlage zu den Kommanditisten bei RC gehöre. Den internen wie externen - und keineswegs nur böswilligen - Kritikern seiner Rettungsmaßnahmen warf Trost schließlich „massive Rufschädigung“ und eine „regelrechte Schmutzkampagne“ vor. Die Nerven lagen auf allen Seiten bloß, die Fronten waren mehr als verhärtet. Die KiR-Gründungsmitglieder Helmut Fettweis, Alois Rummel und Klaus Brandt starteten schließlich die Initiative „Rettet Campanile“ und setzten mit qualifizierter Minderheit eine außerordentliche KiR-Mitgliederversammlung durch. Dabei sollten die Fakten offen auf den Tisch gelegt und gegebenenfalls ein neuer Vereinsvorstand gewählt werden. Unterdessen hatte die zuständige rheinland-pfälzische Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR) in Ludwigshafen aufgrund der Vorkommnisse ein Lizenzüberprüfungsverfahren gegen den Sender eingeleitet. Dies hat zwar nicht zu einer Beanstandung geführt, das RC-Programm wurde von der LPR jedoch weiterhin beobachtet.

Auf einen runden Tisch hatten sich schließlich die Kontrahenten im KiR Anfang dieses Jahres verständigt, um RC zu retten. Alle Vorbehalte wurden bei der außerordentlichen Mitgliederversammlung am 6. Februar

in Bonn allerdings nicht ausgeräumt. Einige interne Kritiker sehen sich bis heute über die Vorgänge und vor allem über die neuen Investoren nicht umfassend informiert. Trost und die übrigen im Oktober 1997 gewählten Vorstandsmitglieder wurden jedenfalls auf dieser Sitzung mit 64 gegen 31 Stimmen in ihren Ämtern bestätigt.

Kirchliche „Klarstellung“

Zumindest eines begrüßten alle Seiten: Die Krise hatte zu einer schriftlichen „Klarstellung“ des Leiters der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz (DBK), Reinhold Jacobi, geführt. Darin betonte dieser im Auftrag von „Medienbischof“ Hermann Josef Spital, daß RC einen „rundfunkpolitischen Wert sui generis“ darstelle und die Kirche grundsätzlich an der Existenz des Senders – unter der Voraussetzung, daß gemäß Lizenz ein Wortprogramm mit dem Ziel umfassender Information auf christlicher Grundlage ausgestrahlt werde –, „interessiert ist und interessiert war“. Es müsse alles getan werden, um RC wirtschaftlich zu retten. Dazu seien aber, unterstrich Jacobi zugleich, „keine finanziellen Zuwendungen“ seitens der DBK möglich, und dies werde angesichts der Finanzsituation der Kirche auch „auf unabsehbare Zeit hin gelten“. Mit dieser „Klarstellung“, so die Hoffnung der KiR-Spitze, könnten weitere Geldgeber für den Sender gefunden werden. Ein solcher Schritt schon früher, meinten auch einige der Kritiker, und manches wäre vielleicht anders gelaufen.

Bescheidenheit nach der Krise

Mit *Radio Campanile* werde es „wie vorgesehen innerhalb und nach der Lizenz“ weitergehen, versicherten Trost und Chefredakteur Lauströer anschließend unisono. Dies geschah allerdings materiell auf merklich bescheidenerer Basis. Zum Start wurde davon ausgegangen, daß eine Million Mark für die (technische) Erstausrüstung des Studios und die Eigenwerbung erforderlich sei. Der jährliche Betrieb sollte dann etwa sechs bis sieben Millionen Mark kosten. Auffallend: Diese Kalkulation hatte sich zwischen 1990 und 1996 praktisch nicht verändert. Ferner war die Rede davon, daß für den möglichst rasch angestrebten 24-Stunden-Betrieb mehrere Techniker und gut 20 Redakteure eingestellt werden sollten. Zuletzt mußte der Sender dem Vernehmen nach mit einem Jahresetat von unter drei Millionen Mark über die Runden kommen.

Mit großem Idealismus, aber auch mit erkennbarer Einschränkung

und Improvisation machten Lauströer und sein Team (im Schnitt 40 Jahre alt), darunter fest angestellt vier Redakteure und ein Techniker, in Ludwigshafen das Programm. Vor allem am Wochenende waren die größeren „kirchlich-religiösen Flächen“ (Lauströer) deutlich. Ebenso markant: Viermal am Tag war *Radio Vatikan* - teilweise in Wiederholung - mit seiner Sendung bei RC vertreten. Die Personalknappheit bei RC wurde durch eine Reihe freier und ehrenamtlicher Mitarbeiter etwas aufgefangen. In den Zielen gab sich der Chefredakteur bescheiden. Das Programmschema wollte er schrittweise realisieren, und längerfristig schwebte ihm auch an den Werktagen eine „liturgische Schiene“ (morgens und abends) vor. Mit „Verkündigungsrundfunk“, so Lauströer, habe das nichts zu tun, wohl aber mit den anderen Hörererwartungen jener, die bewußt einen christlichen Sender einschalteten. Hoffnung setzte er auf die in mehreren Bundesländern beantragten terrestrischen Frequenzen. Die aber sind heiß umkämpft.

Über Hörerzahl und -struktur bei RC gab und gibt es keine gesicherten Erkenntnisse. Aufgrund der Satelliten- und Kabeltechnik konnten rein theoretisch zwölf bis 40 Millionen Haushalte in Deutschland und darüber hinaus erreicht werden. Auf dieser Basis, hieß es im Anfangsstadium, könnte RC bis zu sieben Millionen potentielle Hörer haben. Schätzungsweise 110.000 Menschen, so eine Angabe aus letzter Zeit, hätten täglich RC eingeschaltet, wobei die Macher von einer durchschnittlichen Verweildauer von 30 bis 60 Minuten ausgingen. Sicherer ist da schon, daß der typische RC-Hörer 40 Jahre und älter war, daß es sich vor allem um eng kirchlich Gebundene beider Konfessionen und überwiegend doch um Katholiken handelte.

Die um die Jahreswende am „schiefen Glockenturm“ von Ludwigshafen angebrachten Haltetaue haben *Campanile* leider nicht aufrichten können. Der KiR-Vorsitzende Trost hat nach eigenen Angaben selbst keine Erklärung dafür, warum die neuen Investoren das Projekt haben auflaufen lassen. Beobachter fragen sich, ob der Hahn zugekehrt wurde, weil die Geldgeber, die nach wie vor im Umfeld von *Radio Maria* gesehen werden, letztlich mit dem Kurs von Trost nicht zufrieden waren. Über die Hintergründe und Absichten der offen und verdeckt agierenden Personen bei RC kann weiterhin nur spekuliert werden.

Der Schiefenfall ist des „Glockenturms“ von Ludwigshafen folgte jetzt der Einsturz. Sollte *Radio Campanile* sterben, so hatte am 21. Januar 1998 der Leiter des deutschsprachigen Programms von *Radio Vatikan*, P. Eberhard von Gemmingen SJ, in einem Kommentar gemahnt, dann hätte die Idee eines von engagierten Katholiken getragenen christlichen Senders im Laufe der nächsten zehn bis zwanzig Jahre wohl keine Chance mehr. Gleichwohl wurde in den Tagen nach dem Aus die Hörerschaft von

RC auf der Daueransage unter Angabe einer Konto-Nummer aufgerufen, die Bemühungen um eine Wiederaufnahme des Senders durch weitere Spenden zu unterstützen. Der KiR-Vorsitzende Trost bekräftigte den Willen, *Radio Campanile* neu zu starten, wenn dafür beantragte terrestrische UKW-Frequenzen zugeteilt würden. Das allerdings erscheint wenig wahrscheinlich ...

Öffentliches Rundfunkwesen in USA im Wandel

Richtungskämpfe um Struktur, Finanzierung und Programme

Das 1967 von der amerikanischen Regierung auf den Weg gebrachte und mit Steuermitteln basisfinanzierte öffentliche Rundfunknetz Public Broadcasting System (PBS) steht nach 30 Jahren vor einem Wandel. Obwohl PBS zu den - auch wirtschaftlich - erfolgreichsten Sendernetzen der USA zählt und einige der weltweit besten Programme produziert, ist unter Politikern, Medienverantwortlichen, pädagogischen Verbänden und Werbeträgern eine heftige, zum Teil polemisch geführte Diskussion über Fragen der künftigen Struktur, Finanzierung und Programmgestaltung ausgebrochen. U.a. geht es um folgende Fragen:

- Kann PBS überhaupt noch als „öffentlich“ bezeichnet werden, nachdem das Sendernetz schon seit längerer Zeit so hohe Einnahmen hat, daß es sich selbst tragen kann?
- Ist eine Basisfinanzierung mit Steuergeldern überhaupt noch gerechtfertigt, zumal dadurch eine Wettbewerbsverzerrung gegenüber den kommerziellen Rundfunkbetreibern entstanden ist?
- Bedeutet die Basisfinanzierung nicht doch eine Abhängigkeit von der Regierung und den Parteien, so daß die Pressefreiheit in Programm-entscheidungen und Programmgestaltung nicht gewährleistet ist?
- Kann tatsächlich nur öffentlicher, nicht von Quoten und damit Werbeträgern abhängiger Rundfunk Programme von hoher Qualität und mit anspruchsvollem Inhalt gestalten oder bietet dazu der freie Markt den kommerziellen Sendern nicht dieselben Chancen und Möglichkeiten?

Der Mangel an solchen anspruchsvollen Sendungen und an Bildungs- und Erziehungsprogrammen im ganz auf den breiten und anspruchslosen Publikumsgeschmack ausgerichteten kommerziellen Fernsehen war der Hauptgrund dafür, daß in den USA überhaupt erst der Staat aktiv geworden ist, und zwar auch schon lange vor dem Beginn des Fernsehzeitalters. Anders als in den meisten europäischen Ländern, in denen das Rundfunkwesen seit dem Aufkommen des Radios in der einen oder anderen Weise „offiziell“ und zentral entwickelt worden ist, hat es sich in Amerika entsprechend den Regeln der freiheitlichen Demokratie und Verfassung staatsunabhängig, individuell und privat, d.h. kommerziell und - zumal in dem riesigen Land - dezentral entwickelt.

Schon 1919 erstes community radio

Allerdings gab es schon in der Frühzeit des Radios erste Bestrebungen, neben den Programmen rein kommerziell geführter Stationen öffentliche Anliegen unabhängig von Werbefinanzierung auszustrahlen. Nach dem Ersten Weltkrieg traten zuerst lokale Universitäten und Colleges als Träger solcher community radios auf. Bahnbrechend war dabei die University of Wisconsin, eines Agrarstaates im hohen Norden des Mittleren Westens. Sie rief 1919 eine Radiostation ins Leben, die mit ihren Sendungen der Bevölkerung auf dem Lande „die Vorteile des Lernens auf dem Campus“ bringen sollte. Ausgestrahlt wurden Informationssendungen für die Landbevölkerung, besondere Sendungen für (sic) Hausfrauen und Schulprogramme. Aus letzteren entwickelte sich später die erste School of the Air. Mitte der 30er Jahre existierten über 200 Radiosender an Universitäten und Colleges.

Schon früh bedienten sich andere Träger des neuen Mediums Radio: Kirchen und Religionsgemeinschaften. 1929 richteten die Heiligen der letzten Tage an ihrer Mormonen-Universität in Salt Lake City eine Radiostation ein. Auch katholische Universitäten gründeten eigene Lokalsender, etwa an der St. Louis University (wo der Verfasser dieses Artikel 1950 am Sender KBIL als Student eine German Music Hour für die vielen deutschstämmigen Amerikaner in der Bierbrauerstadt am Mississippi gestaltete) oder an der Fordham University in New York.

Größere Unterstützungen fanden die educational oder instructional programs dann bei den gemeinnützigen Stiftungen wie die Carnegie Corporation oder die Ford Foundation. Nicht zuletzt auf deren Drängen hin trat schließlich auch die Regierung auf den Plan, um die Nutzung des Radios für Erziehungsprogramme sicherzustellen. So wurde 1930 im US-Innenministerium die Federal Radio Commission (FCR) gegründet. Zuerst wollte der Nationale Rat für Rundfunkerziehung, ein privater Interessenverband, damals erreichen, daß die FCR alle Erziehungsprogramme den kommerziellen Sendern übertrug, zumal in der Zeit nach der Depression über 100 privatfinanzierte Universitätssender ihren Betrieb aus Geldmangel einstellen oder verkaufen mußten. Doch die Kräfte, die für Unabhängigkeit und Trennung zwischen Erziehung und Kommerz plädierten und sich im Nationalkomitee für Rundfunkerziehung zusammenschlossen hatten, darunter auch die National Catholic Education Association und die Jesuit Education Association, erreichten schließlich eine Regierungsentscheidung für nicht-kommerzielle Erziehungssender. Dafür reservierte FCR zunächst fünf und 1945 weitere 15 Kanäle. Bis heute sind die FM-Frequenzen unter 92 MHz für community stations reserviert, eine leichte Orientierungshilfe für Radiohörer.

Öffentliches Fernsehen als Gegengewicht zum Kommerz-TV

Das Aufkommen des Fernsehens setzte neue Akzente für kommerzielle wie nicht-kommerzielle Rundfunkbetreiber. Wieder versuchten die kommerziellen TV-Sender, das Erziehungsfernsehen bei sich zu integrieren, umso bereitwilliger, als es für ein bezahltes Vollprogramm noch nicht genügend Werbeträger gab. So boten die Kommerziellen den Bildungsinstitutionen kostenlose Sendezeiten an, die z.T. auch heute noch vor allem von Religionsgemeinschaften wahrgenommen werden.

Doch auch für das Erziehungsfernsehen bildete sich ein Joint Committee, das eigene Frequenzen anstrebte. Dabei kam ihm eine Entwicklung im kommerziellen TV zugute, die bis heute im Mittelpunkt aller Kritik am Fernsehen steht: die Darstellung von Gewalt. Eine Untersuchung hatte schon 1950 ergeben, daß in einer Woche in kommerziellen Programmen fast 3.000 „acts of violence“ gezählt wurden, ein Teil auch zu Sendezeiten für Kinder. 1952 erteilte die aus der FCR hervorgegangene Federal Communications Commission (FCC) Exklusivrechte auf 162 UHF-Frequenzen und 80 VHF-Frequenzen an 242 öffentliche Radio- und Fernsehstationen.

Das kommerzielle Fernsehen kam Ende der 50er Jahre noch mehr in Verruf, als zunächst Senator McCarthy in seiner Antikommunismus-Kampagne viele Fernsehstars - größtenteils zu Unrecht - kommunistischer Aktivitäten beschuldigte. Eher emotional negativ wirkte sich dann aber eine große Betrugsaffäre aus, als nachgewiesen wurde, daß in der beliebtesten US-Quiz-Show des Kommerz-TV geschummelt worden war.

Daher fanden Vorschläge für ein National Education TV bei der Regierung in Washington Gehör, die vor allem mit Unterstützung der Ford Foundation vorangetrieben wurden: „Ratings, commercials and profit motifs are against 1st class TV.“ Die Regierung richtete die Corporation for Public Broadcasting (CPB) ein, die seither für das National Public Radio (NPR) und für den neuen Public Broadcasting Service (PBS) zuständig ist und ihnen die Finanzmittel zur Verfügung stellt. Das öffentliche Fernsehen sollte ein Gegengewicht gegen die rein kommerziell orientierten TV-Sender bilden.

Mit einem Budget von 5 Millionen US-\$ durch die Regierung ausgestattet, begann PBS 1967 seinen Sendebetrieb. Drei Jahrzehnte später erreichte das Budget die 1,9 Milliarden Grenze. Davon stammten jedoch nur noch 14 % aus Steuermitteln, und davon gingen wiederum 3/4 an die Lokalsender. Diese Entwicklung ist einer der Hauptgründe für Diskussionen darüber, ob die Struktur und Arbeitsweise von PBS nicht geändert und den neuen Gegebenheiten angepaßt werden muß.

Quality for the good of the community

Hierzulande dürfte wenig bekannt sein, daß PBS das größte Rundfunk-Netzwerk in den USA ist, größer als die kommerziellen Netzwerke CBS, NBC, ABC und FOX. Den rund 200 TV-Stationen der Kommerziellen stehen 300 Stationen gegenüber, die mit PBS verbunden sind. Einschließlich der Radiostationen kommt PBS auf über 1.000 Sender im Lande. Die Lokalsender produzieren keine eigenen Programme, sondern strahlen die des nationalen öffentlichen Netzes aus. Regierungsgelder dienen zur Aufrechterhaltung ihres Betriebs, woran neuerdings Kritik geübt wird, weil ihr Verwaltungsapparat aufgebläht wäre. Im PBS gibt es also keine Regional- oder Lokalprogramme. Die Lokalstationen können hingegen auch andere Programme kaufen und ausstrahlen als die des nationalen Netzwerkes.

Zielsetzung des öffentlichen Fernsehens ist es von Anfang an gewesen, „for the good of the community“, zum Wohle der Gesellschaft zu wirken, und „die kulturellen und Bildungsbedürfnisse des Volkes“ zu erfüllen, wie es in einem Entwurfspapier für das public television hieß. Als Richtlinie für die Programmgestaltung gilt, „the civilized voice in our civilized society“ zu sein. Und in Werbekampagnen, mit denen PBS nach ersten Kürzungen der Regierungsgelder seinen speziellen Auftrag herausstellte, hieß es: „If PBS doesn't do it, who will?“

Gemeint sind Qualitätsprogramme, die im kommerziellen TV nicht oder nur ausnahmsweise zu sehen sind, weil sie keine hohen Quoten erzielen und sich deshalb dafür keine Werbeträger finden. Solche Programme hat PBS dann tatsächlich in allen Bereichen entwickelt, von Nachrichtensendungen über politische Magazine, Dokumentationen, Spielfilme mit dokumentarischem Hintergrund und Praxis-Sendungen für den Alltag bis zu pädagogischen Kinderprogrammen.

So startete PBS eine „News Hour“ als „complement“ zu den oft tendenziösen Nachrichten der kommerziellen Netzwerke. Sie gilt bis heute als „the most balanced and integrated“ news-Sendung im amerikanischen Fernsehen. Für Magazinsendungen über aktuelle Ereignisse in der Reihe „Frontline“ verpflichtete PBS die besten Regisseure. In den ebenfalls sehr erfolgreichen Serien „Masterpiece“ und „Mystery“ sind ausgezeichnete Sendungen mit historischen Themen und Verfilmungen bekannter Literaturwerke ausgestrahlt worden, in „Mystery“ beispielsweise Kriminalfilme nach Conan Doyle, Maigrait u.a. Dabei produzierte PBS zunächst diese Serien größtenteils nicht selbst, sondern übernahm sie von oder gab sie bei der britischen BBC in Auftrag.

Inhaltliche Richtungskämpfe gab es, als in der „Masterpiece“-Reihe erstmals von der BBC auch eine Soap-Opera aufgenommen wurde, die

dem Qualitätsbegriff von PBS nicht entsprach. Unter dem Titel „Upstairs, downstairs“ wurde eine Familien-Saga aus dem historischen England dargestellt, die dann doch von PBS übernommen wurde. Dagegen übernahm PBS eine andere britische Produktion nicht ins nationale Programm: die Comedy-Serie „Monty Python“ mit dem typischen schwarzen Humor der Briten. Ein Zeichen für den Spielraum der Lokalsender war es jedoch, daß die „Monty Python“-Sitcoms von 100 dieser Stationen selbständig eingekauft und - erfolgreich - ausgestrahlt wurden.

Auch auf einem anderen, beliebten Themengebiet gab es vor Jahren einen Aufstand der Lokalsender, als die PBS-Direktion ihnen ein neues Sendeschema verordnen wollte, das sie verpflichtete, mehr Programme aus dem nationalen Angebot zu übernehmen als lokal eingekaufte Sendungen zweiter Klasse mit Kochrezepten. Da solche Sendungen im kommerziellen TV en masse angeboten werden, fürchtete PBS um sein Profil.

Profil durch blockbusters und Sesamstraße

Profil als qualitativvoller und bildungsorientierter Sender hat PBS zweifellos gewonnen durch zwei weitere Programmsparten, die zum Hauptauftrag zählen: die sogenannten „Blockbusters“ und die Kinderprogramme, allen voran die Sesamstraße. „Blockbusters“ werden Top-Filme genannt, und PBS hat davon im Bildungsbereich ganze Serien entwickelt, die Fernsehgeschichte geschrieben haben. In Zusammenarbeit mit führenden Wissenschaftler entstanden z.B. Reihen über „Civilisation“, „Ascent of Man“, „Cosmos“, „Civil War“ und „The Great Depression“.

Nicht zuletzt, sondern an erster Stelle leistete PBS Pionierarbeit im Bereich der Kinderprogramme. Die „Sesame Street“ ist weltweit zum größten Fernseherfolg geworden. Ernie, Bert und Big Bird sind den Kindern in aller Welt ebenso bekannt wie der Dinosaurier Barney aus der gleichnamigen zweiten erfolgreichen PBS-Produktion. „Sesame Street“ ging bereits 1969, zwei Jahre nach dem Start von PBS, auf Sendung. Sie wurde konzipiert, um benachteiligten Kindern auf den Straßen (streets) der Armenviertel vieler Großstädte ein „Sesam öffne dich“ im Lernen zu vermitteln. Erst kürzlich stellte Prof. Daniel Andersen von der University of Massachusetts in einer Untersuchung fest, daß Kinder für jede Stunde, die sie im Vorschulalter Sesamstraße gucken, in der Grundschule 0,7 höhere Noten erhielten als andere.

In letzter Zeit, vor allem seit neue kommerzielle Kindersende entstanden sind, hat PBS sein Angebot für Kinder noch erweitert. Die Reihen „Sorrowtime“ und „Reading rainbow“ wollen Vorschulkinder an Bücher heranbringen. „Wishbone“ erzählt für Kinder zwischen 6 und 11 Ge-

schichten aus bekannten Kinderbüchern nach, und zwar aus der Perspektive eines Hundes, mit denen Kinder sich identifizieren können. „The Magic Schoolbus“ hat ein naturwissenschaftlich orientiertes Programm, und seit 1996 regt die Serie „Arthur“ nach einer bekannten Kinderbuchfigur zum Nacherzählen, Weitererzählen und Ausmalen an, betritt also für Kindern den interaktiven Medienraum.

Insbesondere mit diesen Erziehungsprogrammen kam PBS den gesellschaftspolitischen Visionen und politischen Vorstellungen der 60er Jahre nach, in denen John F. Kennedy und Lyndon Johnson dem amerikanischen Volk einen neuen Horizont eröffnen wollten. Ein grenzenloser Fortschrittsglaube und Glaube an die Machbarkeit aller Dinge beflügelte damals nicht nur im technischen Bereich den Weltraumwettkampf der USA mit der Sowjetunion, sondern führte auch zu Bildungs- und Sozialprogrammen, die eine neue Great Society herbeiführen sollten.

Nicht zufällig hatte die Gründerin der Sesamstraße, Joan G. Cooney, in Harlem als Gemeindeförderin an einem sozialen Reformprojekt für unterprivilegierte Schwarze mitgewirkt. Und nicht zufällig wurde der Pressesekretär Johnsons, Bill Moyers, einer der Leitfiguren und erfolgreichsten „anchorman“ von PBS. Moyers, der eine Ausbildung am Texas Bible Institute erhielt und selbst Baptistenprediger ist, verwirklichte den ursprünglichen Bildungsauftrag für eine „civilized society“ am besten und nachhaltigsten mit zahlreichen Interview- und Dokumentationssendungen. Dabei griff er alle Fragen des bürgerlichen Zusammenlebens auf, setzte sich vor allem für die Unterprivilegierten ein und vermittelte unaufdringlich ethische Wertmaßstäbe für eine sozial ausgeglichene Gesellschaft. Er wird im besten Sinne auch als „televangelist“ bezeichnet.

Vermarktung fordert Wandel der Grundstruktur heraus

PBS ist seinen kommerziellen Konkurrenten und seinen politischen Kontrahenten suspekt geworden, als der Sender in wachsendem Ausmaß Programmprodukte vermarktete. Das begann mit Begleitmaterial zu den Erziehungsprogrammen für die Schulen, weitete sich aus auf den Verkauf von Programmen auf Videos und umfaßt heute nicht nur eigene TV-Magazine, Bücher, CDs, Computerprogramme und online-Dienste, sondern insbesondere auch die Vermarktung der beliebten Figuren aus den Kindersendungen als Puppen und Spielzeug mit allen Nebenprodukten wie T-Shirts, Mützen, Kugelschreiber usw. Das alles kann per Mailorder bestellt oder in eigenen Shops des Senders gekauft werden. Daneben veranstaltet der Sender Live-Shows, organisiert Medienkonferenzen und ist dadurch zu einem der größten geschäftsorientierten Multi-Unternehmen in der Medienbranche geworden.

Diese finanzielle Entwicklung kam ans Tageslicht und beschäftigte dann die Abgeordneten und Senatoren in Washington, als die Erfolgsstory der Kindersendung „Barney“ bekannt wurde. 1993 nahmen beim Verkauf von Kindervideos in den USA die Barney-Filme den zweiten Platz ein. Das Magazin „Forbes“ rückte die Kunstfigur Barney sogar in der Verdienstrangliste der TV-Entertainer an die dritte Stelle. Der republikanische Senator Robert Dole (1996 als Präsidentschaftskandidat Bill Clinton unterlegen) brandmarkte 1993 diese Entwicklung des öffentlichen, von Steuergeldern mitfinanzierten Fernsehens scharf und sagte, wenn PBS tatsächlich aus der Gesamtvermarktung seiner Programmprodukte jährlich eine halbe Milliarde US-\$ einnehme, müßten alle staatlichen Subventionen eingestellt werden. Die Aufdeckung des riesigen Kommerzbetriebs von PBS wird seither in Amerika als „Barneygate“ bezeichnet, in Anlehnung an die „Watergate“-Affäre Nixons, zu deren Aufdeckung übrigens PBS entscheidend mitbeigetragen hatte.

Die Kritik am Finanzgebaren des öffentlichen Fernsehens zog weitere Kritik nach sich. Bei Kostenvergleichen mit den Ausgaben kommerzieller Sender, aber auch der BBC, für Verwaltung und Produktionen stellte sich heraus, daß sie bei PBS ungleich höher lagen. Schließlich gerieten auch Programme inhaltlich in die Schußlinie. So wurde dem Sender vorgeworfen, in Dokumentationen die freie Marktwirtschaft gegenüber sozialen Tendenzen zurückzusetzen oder liberale Ansichten über Homosexualität und Aids zu verbreiten und damit gegen eine Ausgewogenheit der Programme zu verstoßen. Die US-Regierung setzte 1994 eine parlamentarische Untersuchungskommission ein, die alle Vorwürfe untersuchen sollte. Die Kommission arbeitete drei Jahre, veranstaltete Hearings und kam im parteipolitischen Gegeneinander, verstärkt durch die Lobbyarbeit von Befürwortern und Gegnern, noch zu keiner neuen Gesetzes-Initiative.

PBS blieb nicht untätig, als seine Existenz bedroht wurde. Man überzog das Land mit Informations- und Werbekampagnen, bei denen die Gefährdung der beliebten Kindersendungen durch den Wegfall der Regierungsgelder in den Vordergrund gerückt wurde. Prompt erhielt PBS breite Unterstützung für den öffentlichen Auftrag des Erziehungsfernsehens. Mit Mailings an Millionen Sponsoren konnte erreicht werden, daß die finanziellen Kürzungen der staatlichen Mittel bei den Lokalsendern ab 1995 durch freiwillige Spenden wieder ausgeglichen wurden. Durch Kooperationen mit neuen Partner erhofft PBS außerdem, von einem Teil der Produktionskosten entlastet zu werden.

Zur Sicherstellung seiner Erziehungsprogramme ging PBS seinerseits in die Offensive und forderte von der Regierung, daß sie bei der Neulizensierung kommerzieller Sender von diesen Abgaben für die Übernahme der Erziehungsaufgabe an PBS verbindlich machen müsse. Der

Untersuchungsausschuß hatte jedoch schon festgestellt, daß PBS gerade die Kinderprogramme durch die Einnahmen aus der Vermarktung zuschußfrei decken kann.

Für die Zukunft von PBS gibt es verschiedene Überlegungen. Ein Vorschlag betrifft die Neustrukturierung des öffentlichen Fernsehens und orientiert sich dabei an der britischen BBC mit zentraler Planung, aber auch regionalen Programmen der Lokalstationen. Ein anderer Vorschlag sieht die völlige Privatisierung des öffentlichen Fernsehens unter Beibehaltung des Programmauftrages vor. In diesem Zusammenhang wird eine neue Form der Regulierungs- und Kontrollinstitutionen für das Rundfunkwesen diskutiert. Statt fortlaufender jährlicher Subventionen soll für das öffentliche Fernsehen einmalig ein „trust fund“ gegründet werden, der die Finanzierung absichert.

Was die Ausschließlichkeit von Qualitätsprogramme betrifft, weisen Kritiker darauf hin, daß seit der Deregulierung im Rundfunkwesen unter Präsident Reagan mehrere neue Sendeketten wie Disney Channel, das A & B-Network und Bravo bewiesen hätten, auch anspruchsvolle Kinderprogramme herstellen zu können. Und daß die kommerziellen Sender gleichfalls qualitätsvolle Dokumentationen und Spielfilme produzieren können, bezweifle sowieso niemand mehr, zumal in den USA einerseits führende Fernsehleute oft von Sender zu Sender wechseln (ob kommerziell, ob öffentlich) und andererseits gute Regisseure von jedem Sender engagiert werden können. Mit der Globalisierung eröffne sich schließlich heute auch ein Weg des weltweiten Austauschs, Kaufs und Verkaufs von Qualitätsprogrammen, unabhängig davon, ob sie durch Werbung, Sponsoren oder Steuergelder finanziert werden.

Im Augenblick scheint PBS in gleicher Weise zum Spielball bei politischen und kommerziellen Lobbyisten geworden zu sein wie in den Jahren vor seiner Gründung. Während Präsidenten wie Johnson und Reagan das öffentliche Fernsehen stark förderten, Nixon und viele Republikaner es immer bekämpft haben, hält Präsident Clinton sich gegenwärtig noch zurück. Wenn jedoch seine Frau Hillary das PBS-Kinderprogramm „Sesame Street“ ausdrücklich als erzieherisch wertvoll bezeichnet hat, ist anzunehmen, daß die Clinton-Regierung sich grundsätzlich nicht aus der Verantwortung für ein öffentliches Rundfunkwesen mit gesellschaftlichem Bildungs- und Erziehungsauftrag zurückziehen wird, was einen Strukturwandel bei PBS nicht ausschließt.

150 Jahre „Luxemburger Wort“

Am 23. März 1998 feierte eine der ältesten katholischen Tageszeitungen Europas, das im Verlag der Sankt-Paulus-Druckerei AG Luxemburg erscheinende „Luxemburger Wort“, ihren 150. Geburtstag. Die erste Nummer des Blattes erschien drei Tage nach Abschaffung der Pressezensur durch Wilhelm II., König der Niederlande und in Personalunion Großherzog von Luxemburg. Gegründet wurde sie von vier katholisch engagierten Luxemburgern. Allen Widerwärtigkeiten zum Trotz überlebte die Zeitung und erfreut sich heute trotz ihres nach wie vor offenen katholischen Bekenntnisses in einer weitgehend säkularisierten Gesellschaft mit einer Auflage von fast 88 000 Exemplaren einer beispiellosen Verbreitungsdichte auf dem Luxemburger Pressemarkt. Nachstehend veröffentlichen wir in deutscher Übersetzung den wesentlichen Teil des von Chefredakteur Léon Zeches gelegentlich des akademischen Festaktes in französischer Sprache gehaltenen Vortrages über die Aussichten der geschriebenen Presse in einer völlig gewandelten Medienwelt. Außerdem dokumentieren wir dieses Ereignis mit dem Beitrag „Um das Katholische in dieser Zeitung“, den der langjährige Direktor Kanonikus André Heiderscheid in der Festaussgabe am 23. März 1998 veröffentlichte.

Leon Zeches

Die geschriebene Presse – düstere Aussichten oder vielversprechende Zukunft?

150 Jahre - das ist eine lange Zeit, verglichen mit der durchschnittlichen Lebensdauer einer Zeitung, der Anzahl an Generationen treuer Leser und der historischen Ereignisse, der soziologischen, kulturellen und wissenschaftlichen Wandlungen, die sich in diesem Zeitraum vollzogen haben ... Aber es ist eine kurze Zeitspanne, gemessen an dem Jahrhunderte währenden Zeitalter Gutenbergs, der mit seinem Verfahren der beweglichen Lettern den Grundstein zu dieser Massenkommunikationsform gelegt hat, die wir allgemein als geschriebene Presse bezeichnen.

150 Jahre - diese Zeitspanne bekommt eine ganz andere Bedeutung, wenn man sie in die Zukunft projiziert. Was sich im geschichtlichen Ablauf als eine erstaunliche, wenn auch nicht außergewöhnliche Lei-

stung ausnimmt, wird an der heutigen Trennungslinie zwischen Gutenberg und der digitalen Welt zur großen Unbekannten. Hat eine Zeitung, die heute ins Leben gerufen wird, überhaupt die geringste Chance, je einmal ihren 50., 100. oder gar 150. Geburtstag zu feiern?

Das „Luxemburger Wort“ erlebte unmittelbar nach seiner Gründung, wie sein erster politischer Kommentator zu sechs Jahren Gefängnis, einer Geldstrafe von 5000 Francs verurteilt und obendrein für die Dauer von fünf Jahren seiner Bürgerrechte enthoben wurde und das nur deshalb, weil er den zu Unrecht verfolgten apostolischen Vikar Laurent verteidigt hatte. Kurz danach wurde ein Verantwortlicher der Zeitung zu einer zweijährigen Haftstrafe verurteilt, weil er eine Frage formuliert hatte, die angeblich den Interessen des König-Großherzogs zuwiderlief. Das war nur der Anfang einer langen Geschichte von Prozessen und Schikanen eines ultraliberalen und antiklerikalen Regimes gegen eine katholische Zeitung in einem von der Pressezensur befreiten katholischen Land. Daraus kann man ersehen, daß die damaligen Gründer einer Zeitung trotz herrschender Pressefreiheit alle möglichen Befürchtungen hegen konnten, was die Zukunft der Presse anbelangte – ohne jedoch um die Zukunft des gedruckten Wortes an sich bangen zu müssen.

Dachte man damals über die Zukunft der Presse nach, so bezog man sich eher auf den Inhalt als auf den Kommunikationsträger, also die Zeitung an sich. Ist es heute nicht eher umgekehrt? Erfreut sich der moderne Journalismus nicht zunehmender inhaltlicher Freiheiten, während die Wahl seiner Kommunikationsmittel mehr und mehr von der technologischen Entwicklung abhängig ist, die langsam aber sicher mit der traditionellen geschriebenen Presse zu brechen scheint?

Damit stellt sich unmittelbar die Frage nach der Zukunft der Zeitung.

Niemand vermag heute eine völlig sichere Antwort auf die Frage nach dem zukünftigen Schicksal der geschriebenen Presse als Kommunikationsträger zu geben. Das unterscheidet uns von den damaligen Pionieren des Zeitungswesens.

Wer weiß, ob sich unsere Vorfahren nicht anderen Kommunikationsmitteln zugewandt hätten, wären sie mit einer der heutigen Medienvielfalt vergleichbaren Situation konfrontiert gewesen.

Oft wird das beschwichtigende Argument ins Feld geführt, daß wenn schon das Fernsehen, anfänglich als Feindbild oder gar Totengräber der Zeitung verschrien, nicht mit der geschriebenen Presse fertig wurde, diese künftig auch der neuen Konkurrenz aus der Multimediawelt gewachsen sein wird. Ein Trugschluß?

Die endgültige Entwicklung der Medien ist eine Unbekannte. Als das Fernsehen seinen Einzug hielt, hatten wir es mit einer ganz anderen Situation zu tun als heute. Die damalige audiovisuelle Revolution vollzog

sich vor dem Hintergrund einer völlig verschiedenen Mentalität, geprägt durch Generationen eingefleischter und überzeugter Leser. Heute, einige Jahrzehnte später, haben es die neuen Medien bis hin zum Internet mit einer teils neuen Klientel, mit völlig veränderten Ansichten und Gewohnheiten neuer Generationen zu tun, die nicht mehr dieselbe Lesetradition pflegen.

Diese Generationen sind nicht mit der geschriebenen Presse als hauptsächlichem Informationsträger herangewachsen, sondern mit elektronischen Geräten, die sie übrigens mit einer in den Augen älterer Semester beeindruckenden Leichtigkeit handhaben.

Neben den veränderten Gewohnheiten und Verhaltensweisen der heutigen und zukünftigen Generationen sollte man nicht die Neuorientierung in der Werbebranche übersehen. Zwar wissen wir, daß das Fernsehen ob seiner kurzen, inhaltsarmen Informationen nicht mit der seriösen geschriebenen Presse Schritt halten und den Informationsbedürfnissen vieler Menschen gerecht werden kann. Auch ist uns eine Vielzahl anderer Nachteile des audiovisuellen Journalismus bekannt, wie zum Beispiel die viel größere Gefahr, Falschinformationen zu erliegen, die durch eine überschnelle und unkontrollierte Nachrichtenübertragung verursacht werden. Von der Panik, die in den dreißiger Jahren in den Vereinigten Staaten durch ein aufsehenerregendes Hörspiel von Orson Welles ausgelöst wurde, bis hin zum Schrecken, den ein Fernsehkorrespondent aus Tel-Aviv während des Golfkrieges auslöste, weil er den Lärm eines Überschallflugzeugs für eine irakische Scud-Rakete gehalten hatte, haben sich die Beispiele einer übereilten und unkontrollierten Berichterstattung gehäuft.

Nichtsdestoweniger zieht uns der Fernsehschirm stärker in seinen Bann, was sich wiederum die Werbung auf Kosten der geschriebenen Presse zunutze macht. Was für das Fernsehen gilt, könnte auch auf die interaktiven Medien zutreffen.

Die Gefährdung der finanziellen Grundlage der Zeitungen durch eine zunehmende Verlagerung der Werbung auf die digitalen Medien ist eine reale Bedrohung. Hinzu kommen Firmenfusionen und Rationalisierungsmaßnahmen. Das Profitdenken macht nicht nur angesehenen Tageszeitungen schwer zu schaffen, sondern vernichtet vor allem die Existenzgrundlage der kleineren, oft weitgehend unbekannteren, jedoch in einem bestimmten sozialen Umfeld unersetzlichen Blätter.

Dazu ein aktuelles Beispiel: Die Gründer des angesehenen „Journal de Genève“ hatten sich zwar bestimmt nicht träumen lassen, daß sich ihr 1826 aus der Taufe gehobenes Blatt zu einem Senior der europäischen Tagespresse entwickeln würde, wären aber sicher ebenso wenig auf den Gedanken gekommen, daß ihr Sprößling nach sage und schreibe 172

Jahren von der Bildfläche verschwinden würde. Seine Todesstunde schlug Anfang März dieses Jahres. Den „Journal de Genève“ gibt es nicht mehr.

Dies soll jedoch nicht heißen, daß es heute nicht gleichwohl zur Gründung neuer Zeitungen kommt. So wurde zum Beispiel im Februar dieses Jahres in Polen die neue Tageszeitung „Nasz Dziennik“ ins Leben gerufen und erreichte auf Anhieb eine Auflage von 300.000 Exemplaren.

Und wenn die Tageszeitung „Luxemburger Wort“ 1998 ihren 150. Geburtstag feiert und damit die Einweihung einer neuen, sehr leistungsfähigen Rotationsmaschine verbindet, die den Druck des katholischen Blattes in den kommenden Jahrzehnten übernehmen wird, so kann dies sicherlich nicht Ausdruck dafür sein, daß die Verantwortlichen des Unternehmens den Glauben an die Zukunft der geschriebenen Presse verloren hätten. Und nicht nur sie investieren in die Zukunft. Wie zahlreiche andere Verleger und Journalisten rund um den Globus, neigen auch wir zu der Annahme, daß der „automatisierte“ Journalist den Menschen nicht ersetzen wird. Der Mensch wiederum wird diese elektronischen Medien nur solange tolerieren, wie sie sein Leben erleichtern und nicht zum Selbstzweck werden.

Wenn sich also Computer und Bildschirme in zahlreichen Bereichen der Wissenschaft und des täglichen Lebens durchsetzen, sei es in der Schule, der angewandten Medizin, in der Forschung, im Dienstleistungs- und Beschäftigungsbereich sowie in der Publizistik und in der schnellen und interaktiven Kommunikation, so darf man letztlich mit Recht annehmen, daß der Mensch da Grenzen setzen wird, wo er Gefahr läuft, von einem seelenlosen Roboter beherrscht zu werden, wie perfekt ausgeklügelt dieser auch immer sein mag. Ist der Tamagochi nicht die traurigste Kreatur der Softwareindustrie? Nimmt sie nicht dem Kind seine letzte Phantasie, durch die doch gerade ein Spielzeug lebendig und wertvoll wird? Nicht mehr das Kind haucht dem Spielzeug seine Seele ein, sondern das Spielzeug macht das Kind zum Sklaven.

Ein Mensch aus Fleisch und Blut strebt nicht nur nach hohen geistigen Werten, sondern erlebt auch die Welt durch seine Sinne: eine Form der Wahrnehmung, die er nicht missen möchte. Dabei drängt sich eine eigenartige Beobachtung auf: Steht das Streben nach exzessivem Sinnesgenuß in dem neuen epikureischen und hedonistischen Weltbild, dem sich ein Teil der Menschheit auf der Suche nach vergänglichem materiellem Glück verschrieben hat, nicht in krassem Widerspruch zu einer geruchs- und geschmacksneutralen Welt, zu der das virtuelle Universum gehört? Wird letzteres nicht von einem im Aufschwung begriffenen Industriezweig als Ersatz für eine wirkliche, mit allen Sinnen wahrnehmbare Welt propagiert?

Der Umstand, daß es dem Fernsehen nicht gelang, die auf Papier gedruckte Zeitung zu verdrängen, ist nicht nur wirtschaftlich und technisch begründet. Hinzu kommt, daß der Mensch beim Lesen seine geistigen und sinnlichen Wahrnehmungen aktiv zum Einsatz bringen und darüber hinaus das Gefühl genießen möchte, eine Zeitung in Händen zu halten, sie zu durchblättern, ihr Rascheln und ihren charakteristischen Geruch zu vernehmen. Wie persönlich ist doch das Ausschneiden eines Artikels, eines Photos oder das Aufbewahren einer besonders interessanten Seite oder Zeitungsbeilage im Vergleich zum monotonen Bedienen einer Taste, die Zugang zu einer digitalen Datei, zu Texten oder Bildern verschafft, die sich in erster Linie durch reine Funktionalität auszeichnen! Natürlich handelt es sich hierbei um eine überaus nützliche Entwicklung, die in vielen Bereichen - oft zum Wohle der Menschheit - zu Fortschritten geführt hat. Aber ...

Tatsache bleibt, daß diese funktionalen Werkzeuge niemals dem Menschen in seiner Gesamtheit gerecht werden können. Daher werden sie nie mehr als eine ergänzende und zweckgebundene Rolle spielen.

Niemals zuvor gingen in unserer Gesellschaft so viele Bücher über den Ladentisch wie heute. Auch wenn viele dieser Bücher vielleicht ungelesen bleiben, so zeigt dieses Phänomen, inwieweit der Mensch - sofern er die Mittel dazu besitzt - real greifbare Gegenstände zu schätzen weiß. Gleiches gilt für Zeitungen, deren Verkaufszahlen in Europa übrigens gestiegen sind, und das obwohl die Zeitungsvielfalt abgenommen hat.

Andere Beispiele: Wer hätte noch vor einem Jahrzehnt eine derartige Renaissance von Kino und Theater für möglich gehalten, und dies gerade bei einer jungen, mit Fernsehen und Computer groß gewordenen Generation? Auch die höchste Wiedergabetreue einer digital aufgenommenen Schallplatte schaffte es nicht, die Konzerte als gesellschaftliches Ereignis auf das Abstellgleis zu schieben.

Die Liste ließe sich beliebig fortsetzen. Spätestens seit den erfolgreichen Expeditionen von Astronauten und Kosmonauten, die sich von geruchs- und geschmacksneutralen Pillen und anderen für den Zellstoffwechsel und den menschlichen Organismus notwendigen Kapseln ernährten, spräche eigentlich nichts mehr dagegen, daß sich der moderne Mensch aus Zeitgründen diese Ernährungsart zu eigen machte. Doch das Gegenteil ist der Fall, wie wir mit Genugtuung (und zum eigenen Genuß) feststellen. Je mehr das Leben durch technischen Fortschritt, Markt und Profitdenken beherrscht wird, desto stärker scheint sich der Mensch auf die Vorzüge einer harmonischen, ästhetischen und zeitraubenden Eßkultur zurückzubedenken.

Kurzum, der Mensch wird trotz allen modernen Fortschritts in erster Linie Mensch bleiben.

Kommen wir auf die geschriebene Presse zurück. Sie wird meines Erachtens nicht, wie oben angenommen, den digitalen Medien zum Opfer fallen. Dabei muß jedoch geklärt werden, wer beim Leser der Zukunft die größeren Chancen haben wird: das seriöse und informative Zeitungswesen oder die oberflächliche, kurzgefaßte Boulevardpresse.

Diesbezüglich bleibe ich in meiner Logik, wenn ich davon ausgehe, daß der Leser in Zukunft immer weniger das Bedürfnis verspüren wird, bildschirmähnlich aufbereitete Information in Papierform zu erhalten. Wenn sich Bildschirm und Zeitung überschneiden, zieht die Zeitung den kürzeren. Darum dürfte die Zukunft der geschriebenen Presse eher den seriösen, ausführlichen, den Bildschirm ergänzenden bzw. übertreffenden Zeitungen gehören, die die Lücken des „Fast-Food-Journalismus“ eben zu schließen vermögen, und nicht jenen, die den Bildschirm imitieren.

Dieser Hypothese zufolge, die sich auf die Überzeugung stützt, daß beim kultivierten und gebildeten Menschen geistige Werte vorherrschen, wird die geschriebene Presse im Konkurrenzkampf mit den Bildschirmmedien eine doppelte Funktion haben:

- 1) Sie muß das Angebot an objektiver Information und an fundierten Kommentaren erhöhen, sich das Privileg der geschriebenen Presse, d.h. eine detaillierte Berichterstattung, zunutze machen und die Wahrheitstreue der Nachrichtenquellen in einem Maße garantieren, die im schnellen Multimedia-Journalismus unmöglich ist.
- 2) Sie muß dem Menschen von heute im Labyrinth der unzähligen Multimedia-Angebote und Verlockungen ein Leitfaden sein.

Letztgenannter Punkt betrifft das Wesentliche, wenn es darum geht, die Perspektiven der geschriebenen Presse aufzuzeigen: nämlich Menschen allen Alters und aller Sensibilitäten Leitfaden in einer schwindelerregenden Medienwelt und Zufluchtsstätte in einem Wirbelsturm von Informationen und Eindrücken zu sein. Unzählige Fernsehprogramme, ins Unendliche verästelte Datenautobahnen, eine Flut von Multimediaprodukten ... sind dazu angetan, eine übersättigte Menschheit in die Irre zu führen, die aber mehr denn je auf der Suche nach Authentizität und Wahrheit ist. Eine Menschheit, die sich nach dem Gegenstück der virtuellen Welt mit ihren seelenlosen Maschinen, dem Spiel und der Fiktion als einzigem philosophischen Konzept, sehnt.

In dieser Welt, wo die Grenzen zwischen Realität und Fiktion zunehmend verschwimmen und sich auflösen, sollte die geschriebene Presse nicht nur ihre Rolle als Leitfaden und Stütze erkennen, sondern auch ihre große Zukunftschance sehen. In dieser Hinsicht tritt der Auftrag einer katholischen Presse um so klarer zutage.

Wenn das „Luxemburger Wort“ dieses Jahr mit berechtigtem Stolz

seinen 150. Geburtstag feiern darf, dann ist das nicht zuletzt auf die Bemühungen der stets ihren Prinzipien treu gebliebenen Zeitung zurückzuführen, ihre Ausrichtung über 150 Jahre zu verteidigen. Die Verantwortlichen des Blattes, unter ihnen herausragende Persönlichkeiten wie André Heiderscheid, wußten stets, daß sich eine Zeitung zwar ständig auf Veränderungen einstellen muß, die Grundwerte jedoch zeitlos und unantastbar bleiben müssen, will man die Fundamente nicht unterhöheln und so den Lesern den erwarteten Rückhalt und das Vertrauen entziehen.

Anläßlich der Auflösung des berühmten „Journal de Genève“ schrieb ein anderes renommiertes Schweizer Blatt, die „Neue Zürcher Zeitung“ (v. 26. Februar 1998), daß die Leser der Genfer Zeitung, zumeist treue Abonnenten, vor allem das hohe politische und kulturelle Niveau sowie die Nüchternheit, Zurückhaltung und Glaubwürdigkeit ihres journalistischen Stils geschätzt hatten. Hatte dieses Medium nicht 172 Jahre lang seinen Ruhm und Erfolg der Tatsache zu verdanken, daß es stets seiner Linie treu blieb? Hatte sein Untergang u.a. nicht mit der Tatsache zu tun, daß es die Redaktion in letzter Zeit für angebracht gehalten hatte, von ihrer traditionellen Ausrichtung abzuweichen und die Leser den Eindruck gewannen, die Zeitung würde nach links abdriften, mit anderen Worten, sich selbst verleugnen, ihre wahre Identität verraten und ihre traditionelle Leserschaft im Stich lassen, indem sie ihrer Funktion als Zufluchtsstätte und Wegweiser untreu wurde?

Hat also die Abkehr von der fast 200 Jahre währenden ideologischen Ausrichtung mit dazu geführt, daß sich die privaten Leser von ihrer Leitfigur abwendeten und dieses Blatt unterging? Und dies, obwohl man nach Angaben der „Neuen Zürcher Zeitung“ in den letzten dreißig Jahren ständig neue Leser hinzugewonnen hatte?

Würde dieses Schicksal in dem Fall nicht deutlich unsere These unterstreichen, nach der sich die geschriebene Presse um ihre Zukunft keinerlei Sorgen zu machen braucht, solange sie mit Hilfe eines seriösen Journalismus eine gerade Linie verfolgt, die ihren Lesern als Wegweiser dienen kann? Meiner Meinung nach trifft dies heute zu wie nie zuvor.

Doch zurück zur jüngst geborenen polnischen Tageszeitung „Nasz Dziennik“, die mit einer Auflage von 300.000 Exemplaren gerade ihre ersten Gehversuche unternimmt. Wie ist dieser plötzliche Erfolg zu erklären, wo doch andere Blätter von der Bildfläche verschwinden oder mit erheblichen Startschwierigkeiten zu kämpfen haben?

Die Gründe hierfür sind zweifelsohne zahlreich und hängen zum Teil mit der spezifischen Situation in Polen zusammen. Zu denken gibt ein in diesem Zusammenhang von der angesehenen französischen Zeitung „La Croix“ (20. Februar 1998) veröffentlichter Beitrag. Demnach habe sich

„Nasz Dziennik“ ideologisch an die Gewerkschaftsorganisation Solidarnosc angelehnt, indem es von vornherein seine ethischen und moralischen Überzeugungen in den Vordergrund gestellt und damit seine Absicht kundgetan habe, den Menschen Leitfigur und Wegweiser zu sein! Sollte ihr der spektakuläre Erfolg recht geben? Billigt man nun ihre ideologische Ausrichtung oder nicht, zumindest scheint dieses Beispiel gleichsam geeignet, obige These zu untermauern.

Zu guter Letzt möchte ich drei Grundsätze formulieren, an denen sich die geschriebene Presse orientieren muß, wenn sie sich auch in Zukunft in der Medienlandschaft behaupten will:

- 1) Sie darf die audiovisuellen Medien nicht nachahmen, sondern sollte sie durch Informationsfülle, Ausführlichkeit und Wahrheitstreue übertreffen.
- 2) Sie sollte ihre Aufgabe als Leitfigur, Wegweiser und Stütze im Medienschwungel und in der zunehmenden gefährlichen Orientierungslosigkeit erkennen und wahrnehmen.
- 3) Wenn möglich sollte sie sich - ohne dadurch ihre eigenen Grundlagen zu gefährden - aktiv auf die digitalen Medien einlassen, um somit bewußt an dieser neuen Welt teilzunehmen. Dabei sollte sie sich eher als Partner denn als Antagonist begreifen und die neuen Gegebenheiten annehmen, ohne in ihnen aufzugehen. Darüber hinaus sollte sie nicht vergessen, daß auch die neuen Medien gut ausgebildeter und gewissenhafter Journalisten bedürfen und sie dabei eine Aufgabe zu erfüllen haben. Gleichzeitig sollte sie erkennen, daß die der geschriebenen Presse inhärenten Vorteile mehr denn je den Erwartungen des orientierungslosen, verunsicherten und verwirrten Menschen entsprechen.

Ich bin davon überzeugt, daß das Zeitungswesen unter diesen Voraussetzungen Architekt seiner eigenen Zukunft sein kann - keiner finsternen, sondern einer vielversprechenden.

André
Heiderscheid

Um das Katholische in dieser Zeitung

Mit großer Genugtuung und tiefer Befriedigung können St.-Paulus-Druckerei und „Luxemburger Wort“ den 150. Geburtstag unserer Zeitung begehen.

Dieses seltene Ereignis verdanken wir dem Luxemburger Volk, seiner Treue zum „Wort“ und seinem Vertrauen in seine Zeitung. Ihm, dem Luxemburger Volk, sei deshalb an unserem so außergewöhnlichen Gedenktag an erster Stelle und ganz nachhaltig gedankt!

Als vor 150 Jahren unsere Gründerväter die 1. Nummer dieser Zeitung veröffentlichten, schrieben sie ausdrücklich und sicher nicht ohne vorheriges genaues Abwägen ihrer Absichten und ihrer Ziele, aber auch ihrer Worte und Sätze:

„Was will die neue Zeitung?“

„1. Die neue Zeitung will kein Parteiblatt sein. Sie will nicht ein Blatt sein für die Regierung, nicht für den Clerus, nicht für irgend einen besonders bevorzugten Stand; sondern sie wird sich bemühen, nach bestem Willen und Können die Wahrheit für Alle zu reden, für die Regierung, den Clerus, den Bürger, den Handwerksmann und den Bauern.“

Diese Absichtserklärung ist sich etwas Außergewöhnliches, ein wahres Kabinettstück, ein Meisterwurf, nicht nur, aber auch und ganz besonders für die damals anbrechende Mitte des 19. Jahrhunderts und zu einer Stunde, da die Verkündigung der Pressefreiheit gerade zwei Tage alt war. Es wird darauf zurückzukommen sein.

Nicht weniger bedeutsam, und zwar nicht allein im nachhinein, 150 Jahre später, ist Punkt 2 jener Absichtserklärung, wo es u. a. heißt:

„Das Wohl des Landes liegt uns am Herzen, und für dieses wollen wir frei unsere Stimme erheben. Aber wir sind fern von der Meinung, als wüßten wir allein, oder als wüßten wir am besten, was zum wahren Wohle des Landes gereicht. Darum will die neue Zeitung durchaus nicht irgend ein Richteramt in dieser Hinsicht ausüben, sondern sie will die Angelegenheiten des Landes nur zur allgemeinen Besprechung bringen, damit das mündig gewordene Publikum selbst entscheide.“

Da wird doch mitten im 19. Jahrhundert, in dem in der Presse und zwischen den einzelnen Organen immer wieder mit härtesten Bandagen gekämpft wurde, der Bescheidenheit und der Toleranz das Wort geredet!

Eine Abbitte

Doch sagen wir es sofort: nicht nur bei den „anderen“, auch in unserer eigenen Zeitung, die jetzt 150 Jahre Bestehen feiert, sah die Wirklichkeit oft anders aus, auch und nicht allein im vergangenen Jahrhundert, und nicht lediglich bei denen, die uns vorausgegangen sind.

Wo Menschen sind, da menscht es, da gibt es immer wieder menschliches Versagen, mal mehr, mal weniger, niemand ist davon ausgenommen, bis heute!

An diesem großen Gedenktag möchte ich denn auch als einer der Verantwortlichen unserer Zeitung für alles menschliche und christliche Versagen, das uns Heutigen - ich nehme mich gar nicht aus - und unseren Vorgängern tatsächlich und zu Recht angelastet werden kann, ehrlich gemeinte, öffentliche Abbitte leisten. Mit entsprechenden neuen Vorsätzen! Und mit der Bitte um Nachsicht, wenn trotz alledem ...

Das Religiöse

Unter Punkt 3 ihrer Absichtserklärung gehen unsere Gründer auf Kirche, Religion und Klerus ein und legen dar, wie sie es damit (in Ergänzung zu Punkt 1) in ihrer neuen Zeitung halten wollen:

„3. Unter den Fragen, die das wahre Wohl des Landes betreffen, rechnen wir die religiöse Frage nicht zu den unerheblichsten. Wir werden, wie es guten Luxemburgern geziemt, von der Religion nie anderes, als mit hoher Achtung reden. Den Clerus des Landes werden wir, obwohl alle Männer, die an der Spitze dieses Zeitungsunternehmens stehen, zum Laienstande gehören, nur mit der, seiner Stellung gebührenden Achtung behandeln. Dagegen aber werden wir nicht unduldsam gegen andere Meinungen sein. Wir achten und ehren jede Überzeugung, und werden uns nie erlauben, die religiöse Meinung eines Andern zu kränken oder zu beeinträchtigen.

Wir werden Protestanten, Juden und Freimaurer friedlich neben uns bestehen lassen. Aber ebenso, wie wir keinen Andersglaubenden und Andersdenkenden um seiner religiösen Meinung wegen kränken werden, sind wir auch gesonnen, Angriffe und Schmähungen gegen unsre h. Religion und ihre Diener nicht zu dulden. Wir halten es für ein Zeichen der Barbarei und Roheit, wenn das, was einem Andern heilig ist, geschmähet wird, und sind fest überzeugt, daß der Friede und die Ruhe in unserem Lande nur dann wieder hergestellt werden können, wenn alle Partheien sich der religiösen Duldung befleißigen.“

Im Rückblick auf 150 Jahre Pressetätigkeit ist auch diesbezüglich zunächst um Entschuldigung und Vergebung zu bitten, für all das, was

trotz guter Absichten und wohl nicht weniger gutem Willen in der Praxis anders aussah und für den Christen in das Buss sakrament gehört ...

Sehr beeindruckend, ja direkt modern klingen sodann die Aussagen, wie die neue Zeitung, deren Spitzenmänner alle „zum Laienstande“ gehören, es entsprechend der Gretchenfrage mit der Religion halten will.

Und es ist sofort hervorzuheben: es hat damals eine ganze Menge Zeitungsgründungen gerade auch im katholischen Raum und auf christlicher Grundlage gegeben. Fast alle - oder einfachhin alle - sind heute verschwunden. Nur das "Luxemburger Wort" lebt noch und erfreut sich trotz „Krankbetens“ rechter und linker, bestellter und unbestellter Klageweiber und „falscher Brüder“, mit deren Art unser Namenspatron Sankt Paulus sich schon auseinander zu setzen hatte, optimaler Gesundheit und wird auf internationaler Ebene von Kennern als etwas wie einsame Spitze gehandelt.

Wie ist das zu erklären?

Es gibt sicher nicht einen einzigen Grund hierfür; aber einen, und zwar einen in unseren Augen entscheidenden, gibt es ganz gewiß: „Personne n'achète un journal pour sauver son âme.“

Unsere Vorgänger kannten gewiß den so formulierten Lehrsatz nicht, den unserer Lehrer uns eingepaukt haben und der goldrichtig ist, auch wenn er längst nicht als Allgemeingut in alle katholischen oder christlichen Laien- und Priesterköpfe eingegangen ist. Aber sie handelten danach! Und haben es fertiggebracht, daß ihre Zeitung mit der Zeit zur größten Tageszeitung dieses Landes und seines Volkes wurde.

Wer eine Zeitung kauft (abonniert), tut das nicht, um seine Seele zu retten und sein ewiges Heil zu wirken, sondern um informiert zu sein, um „im Bilde“ zu sein, um zu wissen, ganz schnoddrig gesagt, was „los“ ist, was geschehen ist, was man als Bürger und Glied der Gesellschaft wissen muß, um am Leben der Gemeinschaft teilzuhaben, um mitreden und mitentscheiden zu können.

Wenn der Käufer, Abonnent und Leser einer Zeitung dabei zusätzlich „seine Seele rettet“, d.h. jetzt hier: über Kirche, Religion und Klerus objektiv, wahrheitsgemäß informiert und angesprochen wird, wenn ihm das als Angebot und Hilfe religiös dienlich ist, um so besser! - aber der erste Zweck einer Zeitung ist es nicht. Wer z.B. seine „Zeitung“ weitgehend mit Katechese oder Predigten füllt, leistet letztendlich der Katechese und der Verkündigung keinen Dienst, und eine Zeitung ist sein Organ dann schon gar nicht, auch wenn es ausschließlich auf gängiges Zeitungspapier gedruckt wird.

Dies ist einer, ein wesentlicher Grund, weshalb das katholische „Lu-

xemburger Wort“ zu dem wurde, was es heute ist, und weshalb so viele andere Kirchen-Zeitungen hier in Europa und anderswo (bis hin nach Amerika) den Krebsgang gingen und weiterhin gehen, wenn sie nicht längst gestorben sind.

Das hatten unsere Gründer und alle Generationen von Vorgängern intuitiv oder instinktiv erfaßt: sie wollten katholisch sein, aber sie wollten kein Kirchenblatt auf den Markt bringen; sie wollten eine authentische Zeitung machen, die (auch damals schon) diesen Namen verdiente.

Joseph von Görres (aus Koblenz), der Vordenker für katholische Publizistik an der Wende vom 18. zum 19. Jahrhundert (zumindest im deutschsprachigen Raum) sah den katholischen Journalisten noch in erster Linie als „Wächter und Propheten“, als Orientierungshilfe für die eigene Wahrheitsfindung, wie wir heute sagen würden.

Und so hält es auch die heutige Generation, so halten es 1998 die „Nachkommen und Erben“ von 1848 und aller Zwischengenerationen.

In all den Jahren, wo ich das „Wort“ zu verantworten hatte, wurde mir gelegentlich eine „Fangfrage“ vorgelegt, die etwa so formuliert war: Kandidat 1 ist ein perfekter Katholik, aber ein mieser Journalist; Kandidat 2 ist ein mehr oder weniger gleichgültiger Katholik (doch kein militanter Gegner), aber ein perfekter Journalist – wen von beiden werden Sie einstellen? – Meine Antwort war in der ganzen Zeit und nach gleich welchen Erfahrungen stets dieselbe: Kandidat 2, wenn es in der Auswahl den perfekten Journalisten und perfekten Katholiken in einer Person nicht gibt!

„d'orientation catholique“

Als 1886/87 die „Sankt-Paulus-Gesellschaft“ gegründet wurde, hieß es in Art. 1 der Statuten, jene Gesellschaft habe zum Ziel die „Verbreitung der katholischen Presse“. Was darunter konkret zu verstehen war, wurde nicht eigens umschrieben, wenngleich jedermann wußte, daß im wesentlichen das „Wort“ gemeint war.

Nach unserer letzten Statutenreform hieß es im Jahre 1996 kurz und bündig, bei der Imprimerie St-Paul gehe es um „une société d'orientation catholique“. Sonstwo taucht diese nähere Bezeichnung nirgendwo mehr auf, besonders in Art. 2, wo u.a. vom Verlag, Druck und Vertrieb von Presseerzeugnissen die Rede geht.

Wo ist denn jetzt die Stelle und was ist der Stellenwert des Religiösen in dieser Zeitung, die eingestandenermaßen zuerst eine Zeitung, und wenn möglich eine gute Zeitung sein will?

Allgemein darf zunächst gesagt sein, daß es bis heute Leute gibt, denen im „Wort“ das Kirchliche (und Religiöse) zu knapp bemessen ist

(oder auch vom Inhalt her ihrem persönlichen Geschmack nicht entspricht). Andererseits gibt es genauso Leserstimmen, denen zufolge wir immer noch, besonders nach einem Wochenende zuviel Kirchliches bringen, das eigentlich in einer Tageszeitung nichts zu suchen hätte. Solange beide Gruppen sich die Waage halten, dürften wir als Volkszeitung, die praktisch in alle Häuser des Großherzogtums kommt, weithin richtig liegen.

Ständig aufzupassen gilt, daß die Tageszeitung auch nur dem Scheine nach nicht umfunktioniert wird in ein besseres, gehobenes „Bulletin diocésain“ oder gar „B. paroissial“. Das wäre ihr Untergang. Vom Inhalt her halten wir uns, wenn nur möglich oder auch mit mehr oder weniger Geschick und Glück, an das, was die Mitte einer Rom nicht feindlich gesinnten Weltkirche vertritt und vertreten kann.

Seit 1948 ...

Im übrigen hat die Gründergeneration von 1848 uns den Weg gezeigt und Verhaltensweisen umschrieben, die auch 150 Jahre später noch brandaktuell sind:

- „Unter den Fragen, die das wahre Wohl des Landes betreffen, rechnen wir die religiöse Frage nicht zu den unerheblichsten.“

Das tun wir auch.

- „Wir werden, wie es guten Luxemburgern geziemt, von der Religion nie anderes, als mit hoher Achtung reden.“

Das wollen wir auch.

- „Den Clerus des Landes werden wir ... nur mit der, seiner Stellung gebührenden Achtung behandeln.“

In 150 Jahren hat sich die Stellung des Klerus soziologisch erheblich gewandelt, aber „gebührende Achtung erweisen“ ist auch heute noch dieser Zeitung ein evidentes und berechtigtes Anliegen.

So wollen wir uns auch dem Papst gegenüber verhalten, dem wir insbesondere das Recht nicht abstreiten, Papst zu sein, im Gegenteil!

- „Aber ebenso, wie wir keinen Andersglaubenden und Andersdenkenden um seiner religiösen Meinung wegen kränken werden, sind wir auch gesonnen, Angriffe und Schmähungen gegen unsere h. Religion und ihre Diener nicht zu dulden.“

Wir auch nicht.

- „Wir halten es für ein Zeichen der Barbarei und Rohheit, wenn das, was einem Andern heilig ist, geschmähet wird, und sind fest überzeugt, daß der Friede und die Ruhe in unserem Lande nur dann wieder hergestellt werden können, wenn alle Partheien sich der religiösen Duldung befleißigen.“

Wir auch.

Nicht zum Unwichtigsten, sondern zum Wesentlichsten auf dem Feld des religiösen Angebots einer Tageszeitung, die aus solchem Geist heraus gestaltet wird, sind die Kommentare, Leit- und Grundsatzartikel zu zählen, die aus christlichen (katholischen) Glaubensüberzeugungen und Moralwerten und -normen, wenn nicht aus gelebtem Christentum heraus, zu aktuellen Tagesfragen oder allgemeinen Gesellschafts- und Zeitproblemen Stellung beziehen.

Sie sollen dem Leser eine Hilfe bei der eigenen Hinterfragung der Fakten, bei seiner Meinungsbildung und Wahrheitsfindung auf weltanschaulich religiöser Ebene sein.

Wo auf dem Feld des gültigen (von dem anderen reden wir nicht) Pluralismus lediglich eine „Tendenz“ vertreten wird, haben die Verantwortlichen der Zeitung dafür zu sorgen, daß diese „Tendenz“ Rechts ist und die Bezeichnung „katholisch“ tatsächlich verdient, d.h. in Einklang steht mit der Lehre unserer Kirche. Sie tun es auch. Und sie können sich alle zusammen auf das sogenannte „Tendenzrecht“ einer jeden Zeitung berufen, ein Recht, das oft genug von höchster kirchlicher Seite bestätigt wurde und letztlich verhindern soll, daß die Zeitung in ihrer Identität nicht mehr sie selber wäre, die Leser sich nicht mehr in ihrer Zeitung zurechtfinden, und daß der sowieso weit fortgeschrittenen Verwirrung der Geister immer neu Vorschub geleistet wird.

Wenn Kritik angebracht erscheint, soll sie nach unserem Dafürhalten, mit Paulus, „in aedificationem“ geschehen, sie soll aufbauende, nicht zerstörende Kritik sein.

So wurde es nun 150 Jahre hier gehalten, und der Erfolg der Zeitung hat ihr recht gegeben. Ist das nicht eine beherzigenswerte Lehre für die Zukunft? Doch!

ASIEN

Bangladesch

Sprecher der Kirche und Regierung ermutigten auf einem Treffen christlicher Medienmitarbeiter in Dhaka *christliche Autoren*, über die Massenmedien zum Wandel der Gesellschaft beizutragen. Dabei sollten christliche Werte und moralische Verantwortung in Printmedien und Fernsehen so zum Ausdruck kommen, daß die notwendigen Reformen unterstützt werden.

China

Die katholische Publikation *Faith Press* in der Diözese Shijiahung hat die begüterten Bezieher dazu aufgerufen, ihre Zeitschrift mit den ärmeren Katholiken auf dem Lande zu teilen, damit Glaubensinformationen besser verbreitet werden.

Indien

Über das Thema „*Medienbewußtsein*“ veranstaltete das Nationale Institut für Kommunikationsausbildung (NISCORT) in Neu Delhi einen Wochenkurs für Provinziale der Ordensgemeinschaften.

Im regionalen *Kommunikationszentrum* von Orissa in Varanasi hat Medienbischof Patrick D'Zoussa ein neues Audio-Studio eingerichtet. Auch im Nachbarbistum

soll ein pastorales Kommunikationszentrum gebaut werden.

Indonesien

39 Teilnehmer des *Jahrestreffen von Unda/OCIC* in Yogyakarta diskutierten die negativen Auswirkungen moderner Medien. Der neue indonesische Bischof für Kommunikation, Andreas Henrioesanto, rief dazu auf, Rundfunk- und Fernsehprogramme deshalb stärker auf die Grundwerte christlichen Ursprungs auszurichten.

Japan

Mit einer Million Yen beteiligen sich die japanischen Bischöfe an einem neuen Satellitenkanal „Religious and Art Network“ (RANCH), für das Mitarbeiter verschiedener Lokalzeitungen beim Postministerium eine Sendelizenz erkaufen wollen.

Philippinen

Ein „Social Communications Handbook - Asia“ ist vom Medienbüro OSC der Asiatischen Bischofskonferenz FABC herausgegeben worden. Das vom Generalsekretär des OSC, P. Franz-Josef Eilers svd, zusammengestellte Handbuch enthält Länderberichte über die katholischen Medien in 17 asiatischen Ländern, Beschreibungen der katholischen Medien-

organisationen in Asien UNDA, OCIC, UCIP und Radio Veritas und in einem Anhang die Schlußdokumente der beiden Medientreffen asiatischer Bischöfe 1996 und 1997.

Infolge zu weniger Einsendungen wird der vor zwei Jahren gestiftete Preis für Medienforschung des Medienbüros der asiatischen Bischofskonferenz FABC-OSC 1998 nicht verliehen. Die nächste Verleihung soll erst am Weltmedienstag 1999 erfolgen. Das OSC will die Universitäten und andere Bildungsinstitute in Asien anregen, verstärkt Projekte der Medienforschung in Auftrag zu geben.

EUROPA

Deutschland

Fragen der Gewinnung neuer Leser standen im Mittelpunkt eines Podiumsgesprächs auf der 50. Jahresversammlung der Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse, die anlässlich des 150jährigen Bestehens des Liboriusblattes in Hamm stattfand.

Die Zahl der Buchhandlungen und Verlage in Ostdeutschland liegt wesentlich höher als zu DDR-Zeiten. Nach Angaben des Börsenvereins stieg die Zahl der Buchhandlungen in Thüringen von 170 im Jahr 1989 auf 204 im Jahr 1998. In Sachsen entwickelte sich das Netz der Buchhandlungen im gleichen Zeitraum von 330 auf 402, in Sachsen-Anhalt

von 185 auf 214. Die Zahl der Verlage erhöhte sich in den vergangenen neun Jahren in Thüringen von vier auf 36, in Sachsen-Anhalt von vier auf 30 und in Sachsen von 39 auf 117. Dabei handelte es sich um viele kleinere, neu gegründete Unternehmen.

Josef Innerhofer, Direktor des Instituts zur Förderung publizistischen Nachwuchses (IFP) in München, verläßt die katholische Journalistenschule zum Jahresende 1998 und kehrt nach Südtirol zurück. Innerhofer leitete das Institut seit 1991 als Nachfolger des Münchener Jesuiten Wolfgang Seibel. Institutsleiter Innerhofer stammt aus Südtirol und ist Priester der Diözese Bozen-Brixen. Von 1967 bis 1994 war er Chefredakteur der Kirchenzeitung für Südtirol. Innerhofer ist außerdem Lehrstuhlinhaber für Kommunikationspädagogik in Brixen. Nachfolger wird Pater W. R. Gerhardt OSA, der seit langem an der Journalistenausbildung mitwirkt.

Der Salesianerpater und Geschäftsführer des ordenseigenen Don Bosco Verlags in München, *Pater Alfons Friedrich*, ist neuer Vorsitzender des Verbandes katholischer Verleger und Buchhändler (VKB) in Deutschland. Die Hauptversammlung wählte ihn zum Nachfolger von Josef Wagner, dem Geschäftsführer des Matthias-Grünwald-Verlags in Mainz. Dem Verband gehören 181 Firmen und 96 persönliche Mit-

glieder an. Wagner entwickelte in seiner sechsjährigen Amtszeit unter anderem Ausbildungskonzepte für Mitarbeiter in katholischen Buchhandlungen und Verlagen.

Italien

Gleich zwei Fernsehserien über Jesus sind im italienischen Fernsehen für das Jahr 2000 geplant. Das staatliche erste Fernsehprogramm „Rai Uno“ arbeitet an einer zweiteiligen Miniserie unter dem Titel „Jesus“. Die beiden jeweils 90 Minuten langen Episoden sollen zum Auftakt des Heiligen Jahres Weihnachten 1999 gesendet werden. Ebenfalls Ende 1999 will der landesweite Privatsender „Canale Cinque“ eine sechsteilige Serie über „Die Freunde Christi“ starten, bei der Jesus und sein Gefolge im Mittelpunkt stehen.

P. Leonardo Zega hat die Leitung der italienischen Wochenzeitschrift „Famiglia Cristiana“ abgegeben. Neuer Direktor des Blattes wird sein bisheriger Mitarbeiter P. Franco Pierini, ein profilierter Kirchenhistoriker und Theologe. Zega soll seine beliebte Kolumne „Gespräche mit dem Pater“ behalten. Die Zeitschrift, mit einer Million Auflage das Flaggschiff der vom Pauliner-Orden herausgegebenen Periodika, war seit dem letzten Jahr ins Gerede gekommen, nachdem mehrere Artikel Zegas zu moralischen und politischen Fragen als zu liberal kritisiert wurden und der Vatikan

eine Untersuchungskommission einsetzte.

Kroatien

Vorbereitungen auf das Jahr 2000 standen im Mittelpunkt des diesjährigen Treffens der Informationsbeauftragten der europäischen Bischofskonferenzen in Dubrovnik. Außerdem wurden aktuelle Probleme kirchlicher Medienarbeit in einzelnen Ländern besprochen, darunter Fragen der Ökumene, der kostenlosen Informationsschriften, der Verbreitung vatikanischer Dokumente und vor allem die Situation der Medien in Osteuropa.

Vatikan

Die vatikanische Medienpräsenz wird weiter modernisiert. Nachdem Anfang April 1998 die Zugriffsmöglichkeiten auf die erfolgreichen Internet-Seiten des Vatikan (sieben Millionen Zugriffe im Jahr) durch Inbetriebnahme neuer Rechner verbessert wurde, beginnt jetzt auch bei der offiziellen Tageszeitung „Osservatore Romano“ das elektronische Medienzeitalter. In Kürze soll mit dem 1997er Jahrgang erstmals eine komplette Jahresausgabe der überwiegend italiensprachigen Zeitung des Papstes auf CD-ROM erhältlich sein. Ein vergleichbares Angebot existierte bislang nur für die deutschsprachige Wochenausgabe. Modernisiert wurde auch das Angebot des vatikanischen Missionsnachrichtendienstes „Fi-

des“ unter seinem neuen Direktor Bernardo Cervellera. Über die Internet-Adresse „<http://www.fides.org>“ sind ab sofort Missionsnachrichten aus allen Erdteilen in fünf Sprachen, darunter auch auf Deutsch, abrufbar. Seit Juni ist erstmals auch ein Nachrichtendienst in chinesischer Sprache aufgenommen worden. Ferner kann der komplette Nachrichtendienst über e-mail bezogen werden.

Den im Medienbereich tätigen Pauliner-Orden hat Papst Johannes Paul II. aufgefordert, sich noch entschiedener, in moderner Form und an vorderster Front der Kommunikationsmittel zu engagieren. Allerdings dürften moderne unternehmerische Formen und neuer Stil den Auftrag des Apostolats nicht vernachlässigen, sagte der Papst bei einer Begegnung mit den Teilnehmern des Generalkapitels. Es sei an der Zeit, die derzeitigen Probleme und Schwierigkeiten zu lösen, meinte der Papst in deutlicher Anspielung auf die Spannungen um das von dem Orden in Italien mit über eine Million Auflage verbreitete Magazin „Famiglia Cristiana“. Es war in den letzten Jahren wiederholt wegen vom kirchlichen Lehramt abweichender Äußerungen zu Moralfragen in die Schlagzeilen geraten. Auf Kritik waren insbesondere Leitartikel und Antworten auf Leserbriefe gestoßen. Daraufhin hatte der Papst einen Delegaten im Bischofsrang einge-

setzt, um die Probleme zu klären.

Wer im Jahr 2000 Rom besuchen, an Papstveranstaltungen teilnehmen oder ein Zimmer in der Ewigen Stadt buchen will, kann dies bald per Internet tun. Das Zentrale Vorbereitungs-komitee für das Heilige Jahr 2000 hat Ende August dafür eine eigene Web-Seite eingerichtet. Das Komitee will außerdem über kirchliche Heilig-Jahr-Feiern in aller Welt informieren. Für Jugendliche wird eine eigene Web-Seite vorbereitet, auf der Fragen an den Vatikan gestellt werden können. Das vatikanische Heilig-Jahr-Komitee hat bereits eine ständige „Intranet“-Verbindung zu fast 70 Bischofskonferenzen aufgebaut. Bis zum Herbst sollen kirchliche Verantwortliche in insgesamt 130 Ländern angeschlossen werden.

NORDAMERIKA

USA

Das ökumenische Kabelnetz Odyssee, an dem auch die katholische Kirche beteiligt ist, beging sein 10jähriges Bestehen. Zur Sicherung qualitätsvoller Programme solle neue Sponsoren und Partner hinzugewonnen werden. Odyssee, das auch die Papstbesuche in den USA und Kuba abdeckte, plant die umstrittene Priester-Serie „Nothing sacred“, die von CBS nach der zweiten Staffel eingestellt worden ist, im Kabelnetz

zu wiederholen (vgl. ComSoc 2/1998).

Mit der höchsten Journalisten-*auszeichnung*, dem Francis de Sales Award, ist auf der Jahresversammlung der Catholic Press Association (CPA) in New Orleans der Verlagsdirektor der Bistumszeitung „Catholic New York“, Arthur McKenna, ausgezeichnet worden. Seine Zeitung, die eine Auflage von 132.000 erreicht und durch hohes Anzeigenaufkommen sich selbst trägt, erhielt gleichzeitig den Preis für die am besten gestaltete Kirchenzeitung.

Kontroversen hat es um die Ablösung des langjährigen Chefredakteurs der Jesuitenzeitschrift „America“, P. George W. Hunt SJ, gegeben, die von der Ordensleitung im Zusammenhang mit der Einführung einer „neuen Kommunikationsstrategie“ bekannt wurde. Hunt hatte die Zeitschrift in den letzten 14 Jahren zu einer Auflagensteigerung auf 41.000

Exemplaren geführt. Die Ordensleitung will mit einem neuen Chefredakteur das Verbreitungsgebiet, das bisher vorwiegend auf die Ostküste begrenzt war, ausdehnen und auch jüngere Leser gewinnen.

In den USA zeigt sich die „*Rassentrennung*“ auch im Internet. Bedeutend mehr weiße als schwarze Schüler und Studenten besitzen einen Heimcomputer und nutzen das Internet. Nach Angaben verfügen rund 73 Prozent aller weißen Schüler und Studenten über einen Heimcomputer, bei den Schwarzen seien es nur 33 Prozent. - Innerhalb der Gesamtbevölkerung besitzen nach einer Studie 44 Prozent der Weißen einen Computer und nur 29 Prozent der Schwarzen. Außerdem hätten rund 59 Prozent der weißen Schüler und Studenten in den vergangenen sechs Monaten das Internet genutzt, bei den Schwarzen seien es nur 31 Prozent gewesen.