

Ulrich Fischer

Kontakte sind wie Bargeld

Eindrücke vom ersten weltweiten Kongress
katholischer Fernsehsender
vom 10. bis 12. Oktober 2006 in Madrid

Mit lautem Applaus nehmen vor allem die Programmdirektoren beim World Congress of Catholic Television (www.congresomundialtv.com) in Madrid Silvia Costantinis Nachricht von der Einrichtung einer internet-basierten Datenbank auf, in der sich alle katholischen TV-Sender zukünftig kostenlos mit Fernsehprogrammen versorgen könnten. Die Sprecherin des Fernsehsenders SAT 2000 der italienischen Bischofskonferenz avisiert die Realisation des Programmpools im Auftrag des Päpstlichen Rates für die sozialen Kommunikationsmittel. Dessen ebenfalls auf dem Kongress anwesender Präsident, Erzbischof John P. Foley, muss aber – kaum ist der Applaus verhallt – auch barsche Kritik hinnehmen: Kostenlos, meinen die Produzenten unter den gut 300 Teilnehmern aus aller Welt, würde nur B-Ware abgegeben. Und da die unter chronischer Finanznot leidenden katholischen Fernsehsender alles senden, was nichts kostet, so orakeln die Macher, sinkt das Niveau dieser Spartenkanäle immer tiefer.

Mark Riedemann, Manager von CRTN (Catholic Radio and Television Network e.V.), einem Projekt des katholischen Hilfswerkes Ostpriesterhilfe - Kirche in Not (Königstein im Taunus), beobachtet die Diskussion mit gemischten Gefühlen. Er betreibt bereits seit einigen Jahren eine ähnliche Datenbank (www.crt.n.org). Darin sind 12 000 Produktionen aufgelistet, die ins Portfolio der meisten christlichen Fernsehsender passen dürften. Der Preis je Film: Verhandlungssache mit dem Produzenten, dessen Adresse natürlich präsentiert wird. Daneben listet CTRN ca. 80 Eigenproduktionen auf, die kostenlos in aller Welt angeboten werden. Programme über die „leidende, katholische Kirche“ in der Welt, die immer auch PR für den Absender, Pater Werenfried von Straatens Hilfswerk Kirche in Not, selbst sind. Die in Deutschland als „Kirchensender“ bekannten Programmanbieter BibelTV, K-TV und EWTN strahlen gern aus, was Mark Riedemann anbietet. Schließlich sind die Budgets bei allen äußerst knapp. Klaus Fruhstorfer (K-TV) berichtet in der Trierer Kirchenzeitung von 130 000 Euro Monatsetat seines Senders. Das reicht, so Fruhstorfer, „bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten in Deutschland nicht mal für eine Stunde Tierdokumentation“.

Konkurrenz soll es jedoch unter den Datenbankbetreibern nicht geben. Im Gegenteil. Ein halbes Jahr nach dem ersten Weltkongress katholischer Fernsehsender verhandeln CTRN und SAT 2000 über Kooperatio-

nen, zum Vorteil aller Beteiligten. Das Programmangebot jedenfalls scheint, kostenlos oder auch nicht, üppig - zumindest im Blick auf weltweite TV-Produktionen. Dokumentationen über „Berufungen in der Ukraine“, die „Kirche in Asien heute“ oder den „afrikanischen Blick auf Maria“ gibt es offensichtlich genug. Nicht nur deshalb stellt sich für Erzbischof Foley nicht mehr die Frage, ob katholische Fernsehsender wünschenswert sind. Seine Antwort lautet grundsätzlich „Ja“. Präsenz sei zuerst in den populären Medien zu zeigen, zusätzliches Engagement in eigenen Spartenkanälen gefordert. Auch Kardinalstaatssekretär Tarcisio Bertone stellte in seiner Grußbotschaft gleich klar: Das Medium Fernsehen ist grundsätzlich zu nutzen. Diskutiert werden soll nunmehr die Frage, wie es optimal für die missionarische Aufgabe einsetzbar ist.

Ähnlich scheint das auch der Direktor des Vatikanfernsehens CTV (Centro Televisione Vaticano), Federico Lombardi, auf dem Kongress in Madrid zu sehen. Der immer bescheiden auftretende Jesuitenpater, inzwischen in Personalunion auch Pressesprecher des Papstes, votiert auch für Kooperation und weltweiten Programmaustausch. Selbst geht er mit bestem Beispiel voran. CTV-Bilder vom Papst kosten die Sendeanstalten natürlich Geld, aber wer nachweislich keins hat, der bekommt sie von ihm umsonst. Davon profitieren auch die deutschsprachigen „Kirchensender“. Die Mittwochsendaudienz von Benedikt XVI. avanciert so zum festen Programmbestandteil hierzulande. „Verteilt“ werden die TV-Bilder des Vatikanfernsehens über SAT 2000, das bequem per Satellit zu empfangen ist. Für manche Teilnehmer des Kongresses ist das gleichermaßen eine neue Nachricht und Idee. Mehr und kostenneutrales TV-Programm aus Rom. Die Übernahme kann gleich vor Ort mit Pater Lombardi besprochen werden. Persönliche Kontakte in Madrid erweisen sich für die Programmverantwortlichen beim Treffen in Madrid als bare Münze.

Die Stimmung ist ausgesprochen positiv, zumal der Päpstliche Rat für die sozialen Kommunikationsmittel alles perfekt organisiert hat. Podiumsdiskussionen über Sendeformate und PR-Strategien sowie vor allem Workshops und Filmvorführungen, die sich ausschließlich mit den Programmen katholischer TV-Sender in aller Welt beschäftigen, lassen ein Wir-Gefühl aufkommen. Solidarität „unter uns, die wir für katholische Sender aus Überzeugung arbeiten,“ bestimmt den Kongress. „Wir“ haben auch alle dasselbe Problem: kaum Geld, aber den Willen Verkündigungsprogramm zu machen. Deshalb werden häufig Businesscards ausgetauscht nach dem Motto „von dem könnte ich was übernehmen ...“. Dank der respektablen Unterstützung der spanischen Bischofskonferenz, die praktisch die ganze Tagung inklusive der Mahlzeiten organisiert und sponsert, beurteilen die meisten Teilnehmer den ersten welt-

weiten Kongress katholischer Fernsehsender sehr positiv. Man lernt sich kennen. Das Netz der Kontakte wird enger geknüpft. Auch Monsignore Foley profitiert von der Stimmung. Der Päpstliche Rat hat den Kongress initiiert: „Der Vatikan tut was!“ Wehmut empfinden nur die Lateinamerikaner. Sie betreiben mit 30 TV-Sendern ungefähr 50 Prozent der katholischen Sendestationen. Ihre Reisekosten zählen zu den höchsten, und sie hätten deshalb den Kongress lieber auf ihrem Erdteil gesehen. Die spanische Hauptstadt als Veranstaltungsort kommt ihnen aber zumindest sprachlich entgegen. Madrid scheint somit auch trefflich in der Nähe des Vatikans gewählt.

P. Lombardi imponiert den Südamerikanern zudem noch mit der Idee, ein Medienzentrum in ihren Breiten einzurichten, das die Vatikan-Bilder und News ins Spanische übersetzt und somit für noch mehr geeignetes Programm sorgt. Wer das Zentrum aber einrichten soll, bleibt vorerst offen. Realität hingegen wird aber schon wenige Monate nach dem Kongress in Madrid die dort angekündigte Videoagentur für Nachrichten aus dem Vatikan H2Onews. Sie will vor allem den katholischen TV-Sendern täglich mehrere Berichte aus Rom und dem Vatikan in verschiedenen Sprachen anbieten. Abonniert werden kann unter www.h2onews.tv. Gründungsmitglieder von H2Onews sind unter anderem Jesus Colina, Chefredakteur der Nachrichtenagentur „Zenit“ (www.zenit.org) und Silvia Costantini (SAT 2000). Kontakte untereinander sind also offensichtlich das, was den Teilnehmern des Kongresses aus fast 50 Ländern vor allem nützt.

Neidisch könnte man da als deutscher Beobachter des Treffens werden. Überall auf der Welt scheint es katholische Fernsehsender zu geben, nur bei uns nicht. Zwar empfangen auch wir hier „Kirchensender“, aber K-TV des Schweizer Pfarrers Buschor (mit Sitz in Dornbirn, Österreich) oder Mother Angelikas EWTN-Programm nach amerikanischem Muster entsprechen kaum der Mentalität deutscher Katholiken. Dass diese Sender trotzdem das Image der Kirche in der Öffentlichkeit zwischen Berlin und München prägen, scheint darüber hinaus erst recht beklagenswert.

Die Kirchensender der anderen sind aus deutscher Perspektive umso interessanter, weil „wir“ überall Aktien haben, wie sich beim Pausenkaffee-Smalltalk mit Daniela Frank von CAMECO (www.cameco.org) in Aachen zeigt: Sie prüft im Auftrag europäischer und amerikanischer katholischer Hilfswerke Unterstützungsanträge auch von Radio- und Fernsehsendern in aller Welt und empfiehlt den Katholiken hierzulande das eine oder andere Projekt zu bezuschussen. Also: Die Kirche in Deutschland unterstützt viele Fernsehsender, nichts geht aber im eigenen Land. Schulterzucken, und freundliche Zustimmung bei einem afrikanischen Kongressteilnehmer: „I know who buttered my bread.“