

Christian Klenk

Kirche auf der Showbühne

Die Deutsche Bischofskonferenz denkt über einen eigenen Fernsehkanal nach

Schon wieder eine Casting-Show? Ein selbst gedrehtes Video („mit Handy oder professioneller Kamera“) soll man einreichen, so heißt es auf der Internetseite, ein bis drei Minuten lang und frei gesprochen. Eine Jury wird die Bewerbungen begutachten. Und natürlich „winken attraktive Preise“: Auftritte vor großem Publikum, im Fernsehen. Das alles klingt doch verdächtig nach der Suche eines neuen Superstars.

Diesmal ist es die Kirche, genauer: die Katholische Fernseharbeit, die nach fernsehtauglichen Priestern, Ordensleuten und Laientheologen Ausschau hält, „die in TV-Talkshows Rede und Antwort stehen oder selbst Verkündigungsbeiträge im Fernsehen präsentieren“.¹ Mit der Casting-Aktion reagiert die Deutsche Bischofskonferenz nach eigenen Angaben auf „steigende Anfragen verschiedener Fernsehsender nach geeigneten Studiogästen aus der Katholischen Kirche“. Eine Fachjury, bestehend aus Michaela Pilters (Leiterin der katholischen ZDF-Kirchenredaktion), Peter Limbourg (Chefredakteur N24), David Hober (Geschäftsführer der Katholischen Rundfunkarbeit in Deutschland) und Ulrich Fischer (Katholische Fernseharbeit) wird aus den eingereichten Beiträgen drei Gewinner ermitteln, die einen Verkündigungsbeitrag im Fernsehen sprechen (zum Beispiel „So gesehen“ auf Sat.1) und künftig wohl mit weiteren Auftritten vor der Kamera rechnen dürfen.

Schon bald könnte die Deutsche Bischofskonferenz nämlich einen noch größeren Bedarf an fernsehtauglichen Köpfen haben, sollte sie mit einem eigenen katholischen Fernsehkanal auf Sendung gehen. Die Bischöfe haben eine Expertengruppe damit beauftragt, die Machbarkeit eines solchen Senders – insbesondere hinsichtlich personeller, finanzieller und medienpolitischer Fragen – zu prüfen und eine Empfehlung für einen Grundsatzbeschluss abzugeben. Noch sei nichts entschieden, sagte Bischof Gebhard Fürst, der Vorsitzende der Publizistischen Kommission der Bischofskonferenz, bei einem Symposium von Medienexperten am Rande der diesjährigen Internationalen Funkausstellung in Berlin. Obwohl das Votum der Oberhirten noch aussteht, hielt der Bischof von Rottenburg-Stuttgart mit seiner Präferenz für einen eigenen katholischen Sender nicht hinter dem Berg. „Ich wäre da nicht abgeneigt, wenn es soweit käme“, sagte Fürst bei der Tagung, die sich unter dem Titel

¹ www.kirche.tv/casting (Zugriff am 11. Oktober 2007)

„Kirche auf der Showbühne“ mit den Formen und Randbedingungen kirchlicher Präsenz im Fernsehen befasste. Bischof Fürst sagte, er sei der Überzeugung, die Kirche müsse alle Medien nutzen. „Wir bleiben hinter unserem Auftrag, wenn wir keine Verkündigung über das Fernsehen anbieten.“ Kirchliche Medien dürften „nicht nur im Hinterstübchen agieren“. Es gelte, die christliche Botschaft auch an Menschen heranzutragen, die nicht unmittelbar zur Kirche gehören. Damit spielte Fürst wohl auch auf die Tatsache an, dass die von den Diözesen alleine verantworteten Bistumszeitungen – wie in mehreren Studien gezeigt – inzwischen nur noch jene Gläubigen erreichen, die sich fest in ihrer Gemeinde oder Diözese verwurzelt sehen.

Nur was öffentlich ist, findet statt

Motive für ein eigenes TV-Programm gibt es viele. Vor allem die Digitalisierung des Fernsehmarktes und das wachsende Angebot an Kanälen nennen die Verantwortlichen als Begründung, dass die katholische Kirche selbst in diesem Bereich aktiv werden muss, um nicht den Anschluss zu verlieren. Derzeit kommen laufend neue Programme hinzu, teils digital verbreitet über Kabel und Satellit, teils bereitgestellt im Internet. Nicht selten stehen Beratung und Lebenshilfe im Mittelpunkt, so zum Beispiel bei „Help TV“ (unter anderem mit dem früheren ARD-Moderator und „Fernsehpfarrer“ Jürgen Fliege) oder bei dem geplanten Trauersender „Eos TV“ des Bundesverbandes Deutscher Bestatter, der nach eigenen Angaben über Bestattungskultur und Vorsorge informieren und Dokumentationen über Friedhöfe und persönliche Nachrufe zeigen will.² Auch (frei-)kirchliche Sender werden in Deutschland bereits verbreitet.³ Dazu gehört „Bibel TV“, das vor kurzem sein fünfjähriges Bestehen feierte und an dem die katholische und die evangelische Kirche indirekt, über ihre Filmproduktionsfirmen Tellux und Eikon, mit jeweils 12,75 Prozent beteiligt sind. Bei einem Gesamtetat von 4,4 Millionen Euro (2006) finanziert sich „Bibel TV“ zu einem großen Teil aus Spenden. Die Zahl seiner Zuschauer schätzt der Sender selbst auf 350 000. Ende dieses Jahres soll ein zweiter Sender mit dem Namen „[tru:] young television“ starten, der sich an Jugendliche richtet.

Die Diversifizierung der Programmlandschaft in viele Fernsehkanäle für bestimmte Interessengruppen sei keine Erfindung der katholischen

² Vgl. Pressemitteilung vom 19. Juni 2007, abrufbar unter www.bestatter.de

³ Vgl. auch Ulrich Fischer: Was senden die eigentlich? Kirchliche Fernsehsender in Deutschland. In: *Communicatio Socialis*, 39. Jg. 2006, H. 2, S. 144-155.

Kirche, sondern stehe vielmehr im Widerspruch zu deren universalem Anspruch, sagte Bischof Fürst und räumte ein, er sei sich nicht sicher, ob diese „Verspartung“ letztlich der Gesellschaft gut tue. Ungeachtet dessen müsse die katholische Kirche aber in diesem breiten Angebot auffindbar sein. „Wir müssen einen dieser Plätze besetzen, sonst treffen die Suchenden auf Evangelikale, Esoteriker und andere. Nur was öffentlich ist, findet statt.“ Sinn mache das Projekt auch unter dem Aspekt des Zusammenwachsens von Fernsehen und Internet. „Diese Konvergenz bringt uns ungeahnte Möglichkeiten“, sagte Fürst, noch ganz unter den Eindrücken seines Besuchs der Funkausstellung stehend, bei der insbesondere die öffentlich-rechtlichen Sender mit ihren ausgeweiteten Internetaktivitäten warben. So startete das ZDF seine „Mediathek“, die einen Großteil des bereits gesendeten Fernsehprogramms eine Woche lang zum Herunterladen bereithält.

Auch die Katholische Kirche versucht sich inzwischen mit derartigem Abruffernsehen, wenngleich es sich nur um ein- bis zweiminütige Verkündigungsbeiträge handelt. So bietet die Katholische Fernseharbeit auf ihrer Homepage www.kirche.tv täglich einen zu einer Bibelstelle passenden Tagessegen von Pfarrer Dietmar Heeg an. Zum sonntäglich im ZDF übertragenen Fernsehgottesdienst gibt es seit einigen Monaten unter www.fernsehgottesdienst.de einen „godpod“ zum Download. Und auch die für Sat.1 produzierten Kurzfilme „So gesehen“ des Kapuziners Bruder Paulus Terwitte sind online abrufbar. Unter dem Titel „Internet TV“ sind diverse Beiträge auf www.katholisch.de versammelt, eingeordnet in Rubriken wie „Glauben & Infos“, „Schauen & Beten“, „Bibel & Dokus“ oder „Helfen & Handeln“.

Fernsehsender soll „kein bebildertes Amtsblatt“ sein

Klar ist, dass solche Kurzmeditationen alleine ein Fernsehprogramm nicht füllen. Zu möglichen Inhalten gibt es bislang nur Ideen, keine ausgereiften Konzepte. Versuchsweise produzierte die Katholische Fernseharbeit zu Pfingsten 2007 schon mal eine eintägige Programmstrecke. „Wir haben noch einen weiten Weg zurückzulegen“, räumte Fürst ein. Notwendig sei für das Programm zunächst „ein Trägerkreis, der ein Profil hat“, sagte der Medienbischof und erinnerte an die Selbstständigkeit der Diözesen und ihrer Bischöfe („27 Bistümer mit 27 originalen Köpfen“), die bekanntlich schon manche Versuche einer engeren Zusammenarbeit bei den Bistumszeitungen scheitern ließ. Jedenfalls dürfe der katholische Sender „kein mit laufenden Bildern versehenes Amtsblatt“ sein. Bruder Paulus Terwitte wies auf die innere Vielfalt der katholischen

Kirche hin und warnte vor einem Eigentor, wenn man versuche, das ganze Spektrum in einem Sender zu vereinen.

Thomas von Mitschke-Collande, Senior-Direktor von McKinsey, warnte vor einer allzu großen Hoffnung auf eine „Wunderwaffe“ Kirchenkanal, weil dieser wohl doch eher nur die kirchennahen Zuschauer erreiche und nicht – wie erhofft – die Fernstehenden und Unentschlossenen. Sollte das Projekt an den Start gehen, müsse es unbedingt mit bestehenden Medienangeboten vernetzt werden. Außerdem riet Mitschke-Collande, die Kirche solle auf ihren „Popstar“ Papst setzen. Der langjährige Präsident des Päpstlichen Medienrates, Erzbischof John P. Foley, empfahl „authentische Repräsentanten, die ein positives Vorbild geben, wie zum Beispiel Mutter Theresa von Kalkutta – welche eine wundervolle TV-Persönlichkeit“. Im Übrigen sei jedoch ein eigener katholischer Sender „sehr teuer und das Publikum nicht wirklich groß“. Auch der Wiener Kommunikationswissenschaftler Jürgen Grimm vermutet, dass man mit dem Programm nur einen kleinen Kreis von Zuschauern ansprechen werde. Zumal sei es falsch, hier den Begriff Spartensender zu verwenden, weil in einem solchen verschiedene Kirchen konkurrieren müssten. Eher handle es sich bei dem Vorhaben um einen „parteilichen katholischen Sender“, der den niedergegangenen Parteizeitungen ähnelte. Auch einem Kirchenkanal drohe der Verlust von Glaubwürdigkeit, weil die Zuschauer unterstellten, der Sender spreche „pro domo“. Darum müsse man unbedingt ein stark diskursives Element einbauen und andere weltanschauliche Positionen zur Sprache bringen. „Sonst ist das Projekt zum Scheitern verurteilt.“

Eines soll der katholische Kanal nicht sein: eine Konkurrenz zu der (teilweise verbrieften) Präsenz der Kirchen im gegenwärtigen Fernsehprogramm. Das Projekt müsse als „zusätzliches gutes Angebot“ wahrgenommen werden, keinesfalls wolle man „die öffentlich-rechtlichen Anstalten vergrätzen“, sagte Fürst und reagierte damit auf die Äußerungen der WDR-Intendantin Monika Piel, die in einem Zeitungsinterview die Kirche vor einem eigenen Fernsehprogramm gewarnt hatte.⁴ Sie könne sich vorstellen, dass das Privileg des Drittsenderechts infrage gestellt würde. „Wenn die Kirchen eigene Kanäle haben, wofür brauchen sie dann noch die Sendeplätze bei ARD und ZDF?“ Fernsehen sei ein teures Medium, und die Kirchen müssten enorm investieren, um mit ihrem Angebot aufzufallen. Im Programm der öffentlich-rechtlichen Sender hätten sie die Chance, ein Massenpublikum zu erreichen, „darunter sicher auch viele, die ansonsten oft nichts mit der Kirche am Hut haben. Demgegen-

⁴ Vgl. Interview im Rheinischen Merkur vom 6.9.2007.

über erreicht man mit Spartenkanälen eigentlich nur die Leute, die man ohnehin schon gewonnen hat.“ Das Geld für ein solches Programm sei deshalb „wahrscheinlich zum Fenster hinausgeworfen“, so Intendantin Piel, die somit mit ihrer Meinung auf einer Linie ist mit ihrer Kollegin beim Rundfunk Berlin-Brandenburg. Dagmar Reim hatte sich früher bereits skeptisch zur Idee eines eigenen kirchlichen Fernsehsenders geäußert.⁵ Damit setze die katholische Kirche ihre privilegierte Position im öffentlich-rechtlichen Rundfunk aufs Spiel. Zwar werde das Betreiben eines Fernsehkanals wegen neuer technischer Möglichkeiten viel billiger, jedoch sei eine große Reichweite für ein Kirchen-TV eher fraglich.

⁵ Vgl. „Kirche ist hoch anschlussfähig“: Interview mit der Intendantin des Rundfunks Berlin-Brandenburg, Dagmar Reim. In: *Communicatio Socialis*, 39. Jg. 2006, H. 4, S. 366-373.