

Joachim Opahle

50 Stunden Programm im Monat, 150 Millionen Hörerkontakte

Die Verkündigungssendungen
der katholischen Kirche im ARD-Hörfunk

Die Stimme des Glaubens im Radio gehört zu den Medienformaten mit langer Tradition. Christliche Verkündigung wurde in der deutschen Radiolandschaft von Anfang an als Teil des Programmauftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks verstanden. Vor allem nach dem Zusammenbruch des Dritten Reichs und auch wieder bei der Neuorganisation des DDR-Rundfunks nach der Wende von 1989 galten die Kirchen als besonders glaubwürdige und hinreichend staatsferne Advokaten des Gemeinwohls. Die Kirche wiederum ließ in der bald 90-jährigen Geschichte kirchlicher Radioarbeit keinen Zweifel daran, dass dem Hörfunk eine wichtige Rolle für die Verbreitung der christlichen Botschaft zukommt.

Radio-Nutzungsstudien haben ergeben, dass die Kirchensendungen auf breite Akzeptanz der Hörer bauen können. Hörfunk-Verkündigungssendungen sind in der Regel thematisch und inhaltlich niedrigschwellig und formal von einladendem Gestus. Sie können so dazu beitragen, dass Spiritualität und christlicher Glaube sich als Themen des öffentlich-gesellschaftlichen Diskurses behaupten. Zugleich aber steht die Stimme der Kirche im Radio vor der ständigen Herausforderung, sich als Dialogpartner in einer sich als säkularisiert verstehenden Welt auch zu bewähren und gegen Kritiker zu verteidigen. Die bis heute mitunter etwas pastorale Rhetorik hat nämlich das Image der Kirchenworte lange geprägt. „Wie bemooste Mahnfelsen ragen die morgendlichen Worte für den Tag aus dem Programmfluss des Radiovormittags“, monierte einmal ein Kritiker nicht ganz zu Unrecht. Damit ist freilich nicht nur die Kritik am Format, sondern auch die Herausforderung kirchlicher Hörfunkverkündigung exakt beschrieben. Geht es doch darum, das Wort der Verkündigung einerseits hörerfreundlich und formatgerecht zu präsentieren, sich aber andererseits auch im bisweilen seichten Programmfluss populärer Unterhaltungswellen als relevante Wortmeldung zu behaupten.

Auf Wunsch angemessene Sendezeiten

Die Kirchen nehmen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk ein Sonderrecht wahr. Ihnen sind, wie in den Staatsverträgen mit Bund und Ländern mehr oder weniger gleichlautend formuliert, „auf Wunsch angemessene Sendezeiten zur Übertragung religiöser Sendungen einzuräumen“ (vgl. MDR-Staatsvertrag § 14, 3). Damit sind vier wichtige Punkte genannt: (1) Es sind ausdrücklich die Kirchen gemeint, genauer die evangelische und katholische Kirche als anerkannte Körperschaften, und die jüdischen Gemeinden, denen dieses Recht zuerkannt wird. (2) Es handelt sich nicht um ein Privileg, sondern um einen Rechtsanspruch, der üblicherweise als Drittsenderecht bezeichnet wird. (3) Dieses Recht wird auf Wunsch eingeräumt, was im Umkehrschluss bedeutet, dass der Wunsch auch von den Kirchen artikuliert und gegebenenfalls eingefordert werden muss. (4) Was hinsichtlich der Sendezeit angemessen ist, ist nicht exakt beschrieben. Deswegen gehen die Ansichten in diesem Punkt bisweilen auseinander: In welcher Länge? Zu welchen Tageszeiten? Auf welchen Wellen? An welchen Tagen? Mit wie viel Rücksicht auf das Programmumfeld? All das sind Fragen, die in der Vergangenheit mehr oder weniger nach Konsens oder gemäß der Tradition entschieden wurden. Bis in die Gegenwart führen sie immer wieder zu Neujustierungen, insbesondere wenn es zu unterschiedlichen Auffassungen über Inhalte und Gestaltung von Sendungen kommt. Unbestritten ist, dass den Kirchen in Sachen Radiopräsenz ein beachtlicher Gestaltungsspielraum zuerkannt wird.

Verkündigungssendungen auf 42 Hörfunkwellen

Blickt man auf die Statistik aller derzeit angebotenen Kirchensendungen, zeigt sich, dass die Radio-Verkündigung schon rein quantitativ keineswegs eine zu vernachlässigende Medienaktivität der Kirchen darstellt. Die neun öffentlich-rechtlichen ARD-Sender sowie Deutschlandfunk und Deutschlandradio veranstalten 94 Hörfunkprogramme. 69 davon werden als klassische Hörfunkwellen terrestrisch ausgestrahlt (vgl. Funkkorrespondenz 37/2012). Von diesen 69 Wellen enthalten 42 Wellen konfessionelle Verkündigungsbeiträge. Die Arbeitsgemeinschaft der kirchlichen Senderbeauftragten in der ARD, die eine Statistik über Formate, Umfang und Reichweiten dieser sogenannten Verkündigungssendungen führt, hat im November 2012 erhoben (vgl. Tab. 1 und 2), dass in der Summe allein in katholischer Verantwortung bundesweit monatlich etwa 50 Stunden Hörfunkprogramm ausgestrahlt werden. Die Daten auf evangelischer Seite sind entsprechend.

Formatvielfalt

Waren es in den Anfängen des Radios zumeist klassische Wortbeiträge nach Art der „Worte für den Tag“, haben sich die Formate kirchlicher Sendungen in den zurückliegenden Jahrzehnten deutlich diversifiziert und nach Zielgruppen spezifiziert. Die Formatvielfalt reicht von anderthalbminütigen Spots bis zu Halbstunden-Features. Dabei bedient man sich einer bunten Palette radiophoner Gestaltungselemente (Musik, O-Töne, Atmo, Interview). Nicht zu vergessen: die in der Regel einstündigen Live-Gottesdienstübertragungen.

Den größten Anteil an kirchlichen Sendungen bilden mit etwa 60 Prozent die „Kurzverkündigungen“, die auf allen Wellen anzutreffen sind. Die Formate heißen „Worte für den Tag“, „Worte auf den Weg“, „Morgengruß“, „Anstoß“ oder „Zwischenruf“ und bewegen sich in einer Länge von 1:30 Min. (z.B. MDR, „Augenblick mal“) bis 4:30 Min. (Deutschlandfunk, „Morgenandacht“). Ein Großteil dieser Beiträge läuft in den Morgenstunden zwischen 5:45 und 10 Uhr, also zur Radio-Primetime. Seit einigen Jahren haben sich auch abendliche und nächtliche Beiträge hinzugesellt, die als „Abendsegen“ (rbb) oder „Gedanken zur Nacht“ (MDR) von besinnlichem Charakter sind. Eine ähnliche Absicht verfolgen die etwa anderthalbminütigen „Nachtdanken“ (rbb). Dabei handelt es sich um von kirchlichen Redaktionen ausgesuchte Literaturzitate, die zum Nachdenken anregen.

Eine zweite Gruppe bilden „Features und Magazinformat“ von 10- bis 30-minütiger Länge, die zumeist an Sonn- und Feiertagen laufen. Hierzu gehören die traditionsreichen Sendungen „Feiertag“ (Deutschlandradio Kultur) und „Am Sonntagmorgen“ (Deutschlandfunk), aber auch „Apropos Sonntag“ (rbb), das „Geistliche Wort“ (WDR), die „Morgenfeier“ (BR, HR), diverse „Magazinformat“ (NDR) und die Sendung „Lebenszeichen“ (SR). Zumeist sind sie nach klassischem Muster als Wort-Musik-Sendungen konzipiert, mitunter auch als Feature oder Reportage. Die größere Durchlässigkeit der Formate trägt mittlerweile dazu bei, dass die Beiträge vom Hörer nicht immer zweifelsfrei der „Kirche“ oder der Verantwortlichkeit einer „Kirchenfunkredaktion“ zugeordnet werden können. Es folgen an dritter Stelle „Gesprächssendungen“ mit Interview und Talk, etwa „Begegnungen“ (SWR) und „Im Anfang war das Wort. Die Bibel“ (NDR).

An vierter Stelle der Programmkategorien steht das wichtige Segment „Liturgie/Gottesdienstübertragung“. Dabei fällt auf, dass vor allem Sender im Westen, Norden und Osten Deutschlands der sonntäglichen Gottesdienstkultur Raum geben, indem sie beträchtliche Sendeflächen bereitstellen. Neben dem Deutschlandfunk haben sowohl WDR, NDR, Radio Bremen, SR, rbb als auch MDR die einstün-

dige Gottesdienst-Liveübertragung an Sonn- und Feiertagen im Standardprogramm, wohingegen BR, SWR und HR die Übertragung von Hörfunkgottesdiensten auf kirchliche Feiertage beschränken. Ausgestrahlt werden die Gottesdienste in der Regel auf den Kultur- bzw. auf Infowellen. Beim HR und SWR sind sie auf den volkstümlichen Schlagerwellen zu hören. Die Senderbeauftragten der ARD organisieren ein Gottesdienstnetzwerk, das wechselseitige Übernahmen und konfessionelle Alternierungen vorsieht. Im Ergebnis bedeutet diese Koordination, dass ein Radiohörer Sonntag für Sonntag nahezu flächendeckend in Deutschland je ein katholisches und zugleich ein evangelisches Gottesdienstangebot im öffentlich-rechtlichen Hörfunk vorfindet.

Konfessionsproporz

Bei der überwiegenden Zahl der Funkhäuser teilen sich die evangelische und katholische Kirche die zur Verfügung stehende Sendezeit zu gleichen Teilen. Ausnahmen von diesem 1:1-Konfessionsproporz gibt es im Bereich des MDR, wo die katholische Kirche wegen der größeren Bedeutung der Freikirchen nur etwa 25 bis 33 Prozent der Sendezeit füllt. Auch bei NDR und Radio Bremen wird bei der Verteilung der Sendezeiten ausdrücklich Bezug auf den Konfessionsproporz der Bevölkerung genommen, so dass die Katholiken hier ebenfalls nur zwischen 20 und 33 Prozent der jeweiligen Sendezeit füllen.

Reichweitenstarke Populärprogramme

Hörfunkwellen, die kirchliche Verkündigungsbeiträge im Programm haben, sind in der Regel die reichweitenstarken Populärprogramme oder die ausgewiesenen Kulturwellen. Aber auch auf Jugendwellen haben sich mittlerweile innovative Formate etabliert: etwa beim SWR-Jugendradio „Das Ding“, wo unter dem Titel „Kreuz und Quer“ kürzere, sinnorientierte Beiträge aus der Feder jugendlicher Autoren ins Programm gefloatet werden. Auf der WDR-Jugendwelle 1Live sind die Kirchen mit dem ebenfalls floatenden 90-Sekunden-Format „Kirche in 1Live“ präsent und erreichen damit in den Spitzenzeiten bis zu vier Millionen Hörerinnen und Hörer. Bei der NDR-Jugendwelle „N-Joy“ experimentiert man ebenfalls schon längere Zeit erfolgreich unter dem Titel „Gott zum Durchstarten“ mit floatenden Kurzformaten.

Addiert man alle Beiträge einer „katholischen“ Sendewoche bei allen neun ARD-Anstalten sowie den beiden Wellen von Deutschlandradio, kommt man auf rund 25 Stunden katholisch verantwortetes Hörfunkprogramm in Deutschland. Das entspricht einer monatlichen Programmleistung von mindestens 50 Stunden, wobei rund ein Vier-

tel davon auf Gottesdienstübertragungen entfällt. An der Spitze der Statistik einer durchschnittlichen katholisch verantworteten Kirchenprogramm-Woche steht der SWR mit 257 Minuten, gefolgt vom NDR (255), WDR (185), MDR (165), rbb (151), SR (120), Deutschlandfunk (97), RB (81), HR (80), Deutschlandradio Kultur (43) und BR (32)¹.

Addiert man die Hörerzahlen aller Verkündigungssendungen auf allen ARD-Wellen unter Berücksichtigung der durchschnittlichen Stundenreichweiten ergibt sich nach vorsichtiger Schätzung eine Zahl von 151 Millionen potentiellen Hörerkontakten pro Monat. Die Rangliste der Hörerquoten wird dabei angeführt vom SWR (33 Mio.), gefolgt vom WDR (29), NDR (26), MDR (24), BR (14), rbb (7,2), SR (7), DLF (5), HR (4), Deutschlandradio Kultur (1) und Radio Bremen (0,8).

Ehrenamtliche Autoren

Die katholischen Verkündigungssendungen im ARD-Hörfunk liegen auf den Schultern von derzeit bundesweit rund 400 Autoren. In der Mehrzahl handelt es sich um Frauen und Männer, die sich überwiegend ehrenamtlich in die Pflicht nehmen lassen. Sie kommen aus unterschiedlichsten Lebens- und Berufserfahrungen und stehen für eine breite theologische Vielfalt. Der Frauenanteil der Verkündigungsautoren liegt durchschnittlich bei 40 Prozent. Etwa ein Drittel aller Sprecher von Verkündigungssendungen sind Kleriker bzw. Ordensleute.

Gemessen an Sendezeit und Reichweite der Verkündigungssendungen ist der personelle Aufwand mehr als schlank: Organisation und Redaktion werden von nur elf katholischen ARD-Senderbeauftragten sowie weiteren nebenamtlichen Diözesanbeauftragten bewerkstelligt. Produziert wird zumeist in den Funkhäusern der ARD, d.h. die Kirchen nutzen kostenfrei die Infrastruktur der Sender. Im Bereich des rbb und des HR werden auch Sendungen in kircheneigenen Studios hergestellt und zugeliefert.

Inhaltliche Herausforderungen

Die Kirchen bestimmen eigenständig über die Inhalte ihrer Sendungen. Allerdings werden diese Inhalte zugleich in beträchtlichem Maß durch die Wellenformate beeinflusst. Eine Jugendwelle verträgt nun mal keine vierminütige „Andacht“, in einem Kulturprogramm verbie-

1 Beim Bayerischen Rundfunk sind lediglich die kirchlichen Beiträge auf den Wellen Bayern 1 und Bayern 3 berücksichtigt. Verkündigungsähnliche Formate auf Bayern 2 sind in dieser Aufstellung nicht berücksichtigt, weil sie redaktionell nicht vom kirchlichen Beauftragten verantwortet werden.

tet sich die Ansprache in Jugendslang und schriller Musik. Populäre Unterhaltungsradios wiederum setzen zu Recht auf gute Laune und Popmusik, andere Wellen definieren sich über spezifische Zielgruppen oder Alterskohorten. Die Kirchen sind gut beraten, sich auf diese spezifischen Segmentierungen der Hörerschaft einzulassen, denn die Strategie der Sender gereicht auch ihnen zum Vorteil. Wie in kaum einem anderen Seelsorgebereich finden sie in den Nutzern der Radiolandschaft ein präzise umrissenes Zielgruppenpublikum vor.

Es gehört also zu den ständigen Herausforderungen kirchlicher Radioverkündiger, sich und ihre Botschaft zielgruppen- und formatgerecht zu präsentieren. Dabei gilt generell, besonders aber in den Kurzverkündigungsformaten zur morgendlichen Primetime, dass Radio nebenbei gehört wird. Selbst die Nutzer von Kulturwellen verharren um diese Zeit nicht in Andacht vor den Rundfunkgeräten. Andererseits weiß man aus der Medienforschung, dass Nutzer, die im Büro, in der Küche oder unterwegs im Auto Radio hören, bei Interesse oder Betroffenheit ihre Aufmerksamkeit von Nebenbeihören auf volle Konzentration hochfahren. Ein kirchlicher Rundfunkautor muss deshalb diese formalen Kommunikationsvoraussetzungen sehr ernst nehmen. Immer gilt, dass um die knappe Ressource Aufmerksamkeit beim Hörer geworben wird, üblicherweise durch aktuelle, ortsbezogene und lebensnahe Themen von allgemeinem Interesse sowie durch medienrhetorische Professionalität. Erfolgversprechend sind darüber hinaus persönliches Erleben, Authentizität, eine Haltung des Anbieters und der Nachdenklichkeit.

Kommunikative Diakonie

Die Anrede im Radio kann in der Regel weniger Inhalt transportieren als vergleichbare Textmengen in Schriftform. Allgemein wird man sagen können, dass die Radio-Verkündigung, zumal in der kurzen Form, umso aussichtsreicher ist, je mehr sie nebenbei verstanden werden kann: als guter Gedanke am Morgen, als Erinnerung an einen Anlass zum Gedenken oder als herausforderndes spirituelles Wort der Lebenshilfe oder der Alltagsdeutung. Diese Art des christlichen Zeugnisgebens wird pastoraltheologisch umschrieben als „Kommunikative Diakonie“. Medientheologisch könnte man auch von „Öffentlichkeitsarbeit für das Evangelium“ oder vom „Vorhof des Glaubens“ sprechen. Stets geht es darum, einer pluralen Radiogemeinde nebenbei einen Gedanken zu vermitteln, ungerufen vom Hörer, dann aber doch dankbar von ihm wahrgenommen und bestenfalls in Erinnerung behalten; mit einem Angebot, das Sinn vermittelt und den Alltag bereichert. Diese Radioverkündigung folgt nicht den Kriterien eines Ka-

techismus oder den gewohnten Längen einer Predigt. Es gilt eher der Grundsatz „Weniger ist mehr“, der im Neuen Testament vom Apostel Paulus an prominenter Stelle vertreten wird, wenn er der Gemeinde in Korinth schreibt, er habe es vorgezogen, seinen Hörern „Milch“ zu verabreichen, „denn feste Kost vermochtet ihr [noch] nicht zu vertragen“ (1 Kor 3,2). Es ist eine Rede von Gott, Kirche, Glauben und Spiritualität, die aufrichtig um Plausibilität und Zustimmung wirbt. Insofern ist Verkündigung im Radio durchaus operationalisierbar für die Weitergabe des Glaubens – im biblischen Bewusstsein, dass notwendigerweise nur ein Teil der Aussaat auf fruchtbaren Boden fällt. Der frühere Präfekt der Glaubenskongregation, Kardinal William Levada, hat in seinen „Pastoralen Hinweisen zum Jahr des Glaubens“ (2012) diesen Gedanken im Zusammenhang mit Möglichkeiten der Neuevangelisierung aufgegriffen und die Bischöfe dazu aufgefordert, „auf die neuen Mittel der Kommunikation zurückzugreifen und sich für die Förderung von Fernseh- und Radiosendungen [...] über Themen des Glaubens [...] einzusetzen, und zwar auch auf breiter Ebene und für ein großes Publikum“.

Lebens- und Glaubenshilfe

Die regelmäßige Präsenz der Kirche im Radio, das ist die verlässliche Kontinuität des kurzen Tagesimpulses am Morgen, des sonntäglichen Kommentars, des Gottesdienstes, des religiösen Features, des tröstenden Abendsegens oder des engagierten Ethik-Spots. Immer aber ist es die leichte Form, die allgemeine Anrede, die aufbauende Einladung; eine Botschaft, die Enttäuschungen und Hoffnungen, Glück und Leid, Glanz und Elend der Menschen zum Thema hat und in diesem Bewusstsein Verkündigung als Lebens- und Glaubenshilfe anbietet. Es ist eine Verkündigung, die notwendig von allgemeiner Relevanz sein muss, ohne die christliche, auch kirchliche, und nicht zuletzt katholische Identität zu verschweigen.

Literatur

- Levada, William (2012): Note mit pastoralen Hinweisen zum Jahr des Glaubens. URL: www.vatican.va/roman_curia/congregations/cfaith/documents/rc_con_cfaith_doc_20120106_nota-anno-fede_ge.html, zuletzt geprüft am 12.12.2012.
- o.A. (2012): ARD und Deutschlandradio veranstalten 94 Hörfunkprogramme. In: Funkkorrespondenz, Nr. 37 vom 14.9. URL: www.funkkorrespondenz.de, zuletzt geprüft am 12.12.2012.
- Staatsvertrag über den Mitteldeutschen Rundfunk (MDR) vom 30.05.1991. URL: www.mdr.de/presse/unternehmen/download1278.html, zuletzt geprüft am 12.12.2012.

Tab. 1: Verkündigungssendungen im öffentlich-rechtlichen Hörfunk (ARD) im Jahr 2012¹

Sender	Sendezeit pro Woche (hh:mm)					Hörer- kontakte pro Monat (Mio) ³	Proportz kath.-ev.-sonst.
	Kurzver- kündigung	Liturgie	Gespräch, Morgenfeier	Magazin, Feature	Summe ²		
BR ⁴	0:20	Feiertag (1 Std.)		0:12	0:32	14	1:1:0
HR	0:55	Feiertag (1 Std.)	0:25		1:20	4	1:1:0
MDR	1:30	1:00	0:15	Feiertag (1 Std.)	2:45	24	1:2:1 bis 2:1:1
NDR	2:21	1:00	0:08	0:43	4:12	26	1:2:0 bis 1:4:0
RB	0:21	1:00			1:21	0,8	1:1:0 bis 1:2:0
RBB	1:16	1:00	Feiertag (10min)	0:15 (Feiertage 0:30)	2:31	7,2	1:1:0
SR	1:04	0:56			2:00	7	1:1:0
SWR	4:01	Feiertag (1 Std.)	0:16		4:17	33	1:1:0
WDR	1:50	1:00	0:15		3:05	29	1:1:0
DLF, DLR	0:45	0:55		0:40	2:20	6	1:1:0
Summe ²	14:24	6:51	1:19	1:52	24:26	151	

1 Daten: Erhebung der Arbeitsgemeinschaft der ARD-Senderbeauftragten (Stand November 2012)

2 ohne Sendungen an Feiertagen

3 monatliche Reichweite aller katholisch verantworteten Sendungen auf allen Hörfunkwellen addiert

4 nur Hörfunkwellen Bayern1 und Bayern3 (Verkündigung in Bayern2 von sendereigener Redaktion verantwortet)

Abb. 2: Formatvielfalt katholischer Verkündigungssendungen am Beispiel des Rundfunks Berlin-Brandenburg (tbb)¹

Welle	Titel	Format	Sendezeit	Sendezeit	Länge	Summe	Hörerkontakthäufigkeit pro Sendung	Summe Hörerkontakte pro Monat
			(Tag)	(Uhrzeit)				
1	Worte auf den Weg		werktags	5:50	2:30	0-15:00	130 000	1 500 000
			sonntags	9:50	4:00	0-04:00	130 000	260 000
2	Radio	Kurzverkündigung	sonntags	9:50	2:30	0-02:30	130 000	260 000
3	Berlin 88,8		Abendsegen	täglich	21:58	2:00	0-14:00	40 000
4	Antenne	Kurzverkündigung	werktags	9:12	2:30	0-15:00	250 000	3 000 000
5	Brandenburg	Feature	sonntags	8:40	15:00	0-15:00	250 000	500 000
6	Radio 1	Kurzverkündigung	täglich	22:58	1:30	0-10:30	40 000	560 000
7	Nachtgedanken	Kurzverkündigung	werktags	6:45	2:30	0-15:00	40 000	480 000
8	Worte auf den Weg	Liturgie	sonntags	10:00	60:00	1-00:00	30 000	60 000
9	Gottesdienst	Sondersendungen (Weinachten, Ostern, Pfingsten, Silvester)	2x Jahr	10:00	30:00		40 000	
10	Kulturradio	Feature	3x Jahr	16:10	10:00		40 000	
11	Sondersendungen (Hl. Drei Könige, Fronleichnam, Allerheiligen)	Studiogespräch						
Σ	4 Wellen	9 Titel	4 Formate			2:31:00		7 240 000

1 Verkündigungssendungen gibt es im tbb auf vier von sechs Hörfunkwellen; neun verschiedene Sendetitel; vier Formate, Sendezeiten zwischen 5:50 Uhr und 22:58 Uhr, Längen zwischen 1:30 Min. und 60 Min.; Sendezeit pro Woche, die von der Katholischen Kirche verantwortet wird: 2 Std. 31 Min.; Hörerkontakte pro Monat: 7,24 Mio. (ohne Sondersendungen in Zeile 10 und 11).