

Christian Klenk

Die Ordens- und Missionspresse in Deutschland

Rahmenbedingungen, Angebot und Rezeption

Wenn über den Zustand und die Zukunftschancen katholischer Zeitungen und Zeitschriften gesprochen wird, dann steht fast immer die Bistumspresse im Fokus. Dabei wird übersehen, dass es auch katholische Printmedien gibt, die nicht an die diözesanen Ortskirchen gebunden sind, etwa die Publikationen von wirtschaftlich unabhängigen, aber katholisch geprägten Verlagen wie dem Herder Verlag („Christ in der Gegenwart“; „Herder Korrespondenz“). Eine Vielzahl von Titeln wird von Ordensgemeinschaften herausgegeben. Doch die These, dass diese Ordens- und Missionszeitschriften zusammengenommen auf eine deutlich höhere Reichweite kommen als die Bistumspresse, ist nicht so leicht zu verifizieren, fehlte es doch bislang an gesicherten Zahlen. Die Mediengattung Ordenspresse wird weder in der Wissenschaft noch in der innerkirchlichen Debatte um katholische Medienangebote angemessen gewürdigt. Theologische Lexika behandeln den Begriff Ordenspresse oder auch Synonyme gar nicht oder nur in einem Nebensatz. Eine umfassende, geschweige denn aktuelle Darstellung der Gesamtsituation der Ordenspresse in Deutschland vermisst man. Selbst die Deutsche Ordensobernkonzferenz konnte die exakte Anzahl und Auflage der Titel nicht nennen, jedenfalls ist eine Auflistung der Titel auf der Internetseite www.orden.de derzeit nicht aktuell, und die Informationen zu den einzelnen Publikationen sind nicht systematisch gehalten.

Diese Wissenslücke schließen sollte eine Umfrage unter den Chefredakteuren und Schriftleitern aller in Deutschland erscheinenden Zeitschriften, die von Ordensgemeinschaften herausgegeben werden. In Kooperation mit der Arbeitsgemeinschaft der verantwortlichen Redakteure der Ordens- und Missionspresse (AGOMP)¹ hat der Verfasser zwischen Juni und August 2012 die Redaktionen von

1 Die AGOMP ist eine Arbeitsgemeinschaft der Deutschen Ordensobernkonzferenz. Sie wurde 2008 gegründet, um den Erfahrungsaustausch zwischen den Ordens- und Missionszeitschriften zu fördern und diese bei kirchlichen und staatlichen Stellen zu vertreten. Vorsitzender ist Pater Andreas Rohring, der auch für die Zeitschrift seines Ordens „Mariannahill“ verantwortlich ist.

69 Ordenszeitschriften mittels eines Fragebogens (vgl. www.delphi-katholische-medien.de) zu Struktur, Verbreitung, Herstellung und Inhalten der Publikationen befragt. Im folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse präsentiert. Die Erhebung fand im Kontext einer umfassenden Studie zur Situation katholischer Medien in Deutschland statt – hier wird auch die Situation der Ordenspresse noch ausführlicher dargestellt (vgl. Klenk 2013).

Die Untersuchung baut auf einer Arbeit von Johannes Pernsteiner auf, der die Ordenspresse in Österreich untersucht hat (vgl. Pernsteiner 2008a und 2008b). Pernsteiner identifizierte 113 Ordenszeitschriften (einschließlich Jahreskalender sowie Medien, die ausschließlich der internen Kommunikation dienen), von denen er 74 mittels eines Fragebogens näher untersuchte. Darunter sind ein Dutzend Titel, die in Deutschland erscheinen, aber auch in Österreich verbreitet werden. Dies deutet an, dass es bei den Ordensmedien im deutschsprachigen Raum Überschneidungen gibt, was auch daran liegt, dass die Provinzen einiger Ordensgemeinschaften inzwischen länderübergreifend gegliedert sind. Auch sind die Strukturen und die Herausforderungen der Orden in den deutschsprachigen Ländern zumindest ähnlich, weshalb sich manche Erkenntnisse aus Pernsteiners Studie auf die Ordenspresse Deutschlands übertragen lassen.

Rahmenbedingungen

Im Jahr 2011 gab es in Deutschland unter den Männerorden und -kongregationen 103 selbständige Ordensprovinzen, Abteien und Priorate von 57 Ordensgemeinschaften. Den 446 klösterlichen Niederlassungen gehörten 4290 Ordensmänner an, darunter 3083 Priester. Zahlenmäßig stärker sind die Frauenorden. Hier gab es im gleichen Jahr 331 Generalate, Provinzialate, Abteien und selbständige Einzelklöster mit 20200 Ordensfrauen, die in 1665 klösterlichen Niederlassungen leben. Die Benediktiner und Franziskaner bildeten mit deutlichem Abstand die größten Ordensgemeinschaften, bei den Männerorden gefolgt von den Jesuiten, den Salesianern Don Boscos und den Steyler Missionaren (vgl. DBK 2012, S. 22f.). Allerdings sinken diese Zahlen aufgrund fehlenden Nachwuchses in vielen Gemeinschaften. Im Jahr 2003 gab es noch 3497 Ordenspriester und insgesamt 27736 Ordensfrauen (vgl. Maier 2005, S. 73). Zwischen 1991 und 2011 hat sich die Zahl der Ordensfrauen um mehr als die Hälfte reduziert. In manchen Gemeinschaften „sind 85 % der Schwestern bereits im Pensionsalter. Das heißt, dass auf eine Schwester bis 65 Jahre 5,25 Schwestern über 65 Jahre kommen“ (vgl. Herzig/Meier 2011, S. 273).

Die Folgen der Erosion sind verbreitet zu beobachten: Ordensniederlassungen und Provinzen fusionieren oder werden ins Ausland verlegt, weil es in den Missionsländern mehr Nachwuchs gibt. Hierzulande werden die Klöster geschlossen oder in neuer Form etwa als Hotels oder Bildungshäuser genutzt. Der Priestermangel und die Reform der pastoralen Strukturen in den Ortskirchen haben zudem Auswirkungen auf die dort angesiedelten Gemeinschaften, wenn Ordenspriester in wachsendem Maße gefordert sind, als Pfarradministrator zu wirken oder Gemeindegottesdienste vertretungsweise zu übernehmen – zulasten ihrer originären Aufgaben im Orden und zulasten eines geregelten spirituellen Lebens in der Ordensgemeinschaft.

Die Überalterung vieler Gemeinschaften sowie strukturelle Veränderungen innerhalb der Orden wie die Fusion und Aufgabe von Standorten haben Auswirkungen auch auf die publizistische Tätigkeit. Pernsteiner recherchierte für Österreich, dass dort sechs Zeitschriften zwischen 1998 und 2007 eingestellt wurden. „Mehrere weitere Zeitschriften wurden aufgrund der Zusammenlegung von Ordensprovinzen fusioniert oder gingen in ein Nachfolgemedium über, das die Adressdaten der Abonnenten übernahm“ (Pernsteiner 2008a, S. 12). Die Gründe für das Einstellen einer Publikation seien „Altersschwäche des Schriftleiters, [...] Nichterreichen der Mindestauflagen für einen bestimmten Versandtarif oder [...] Absinken der Verkaufseingänge unter die Grenzen der Finanzierbarkeit“ (ebd., S. 57). Gebe ein Orden seine publizistische Tätigkeit auf, so sei dies auch ein „Schritt gesellschaftlichen Rückzugs“ (ebd., S. 58). Auch in Deutschland wurden in den vergangenen Jahren Zeitschriften eingestellt, beispielsweise Ende 2010 der „Sendbote“, eine traditionsreiche Publikation der Missionare von der Heiligen Familie, die 1904 gegründet worden war. Strukturelle Gründe waren ausschlaggebend für das Aus. So schrieb die Münsteraner Bistumszeitung „Kirche und Leben“: „In Deutschland war es in jüngster Zeit schwer geworden zu werben, weil die deutsche Provinz zur Zeit keinen Nachwuchs hat und die Altersstruktur nach oben wächst“ (vgl. o. A.: Das letzte „Blättken“ nach 106 Jahren. Meldung auf www.kirchensite.de vom 28.2.2011).

Definition des Begriffs Ordenspresse

Eine Definition für die Ordenspresse hat Pernsteiner im Rahmen seiner Studie entwickelt: „Treten katholische Ordensgemeinschaften als Träger, Herausgeber oder Teilhaber von periodischen Druckmedien auf und vermitteln in diesen Inhalte, die mit ihrer jeweiligen Spiritualität verbunden sind, so werden diese Medien als ‚Ordenszeitschriften‘

bzw. in ihrer Gesamtheit als ‚Ordenspresse‘ bezeichnet“ (Pernsteiner 2008a, S. 64). Den Orden dienten die Zeitschriften als Instrument der Selbstdarstellung, der Seelsorge und der Unterstützung ihrer jeweiligen Arbeitsschwerpunkte. „Demnach orientieren sich auch die Inhalte am jeweiligen Kommunikationsinteresse“ (ebd.).

Auf die Inhalte bezieht sich auch eine Beschreibung der Ordensobernkonzferenz, die zugleich eine Strukturierung vornimmt: „Die Publikationen widmen sich in erster Linie Themen der Theologie, der Spiritualität und der weltweiten Mission. Daneben gibt es verschiedene Ordensmagazine und Zeitschriften für die Freunde der Orden. Sie greifen Themen aus Kirche und Gesellschaft auf und wenden sich an Erwachsene und Jugendliche, an Familien und Kinder“ (www.orden.de/index.php?rubrik=8&seite=zeit_buch; Zugriff am 24.3.2013). Noch umfassender ordnet Koschnick im „Medialexikon“ (online) die Ordenspresse in die Kategorien „Missionsmagazine, Kinder-, Jugend- und Familienzeitschriften, Fachzeitschriften, Mitgliedszeitschriften, Zeitschriften für ‚special interests‘ wie Krankenapostolat oder Marienverehrung. Auch Mischformen kommen vor“ (Koschnick o. J.). Ziele der Zeitschriften seien die „Förderung des Missionsgedankens, Bewusstseinsbildung in Fragen der ‚Dritten Welt‘, Selbstdarstellung der Orden, Werbung für geistliche Berufe, Informationen über Kirche, Gesellschaft, Kultur, Glaubenshilfe und Lebenshilfe, Unterhaltung“ (ebd.). Koschnick bezieht sich auf eine Definition einer Aachener Redakteurskonferenz vom 12.5.1971, der zufolge die Zeitschriften die „Kenntnis und Wertschätzung des eigenen Glaubens sowie ein intensives Glaubensleben“ bezwecken und ihre Leser „auf dieser Basis zu einer apostolischen Grundhaltung erziehen“ wollen. Die Ordenspresse sei damit ein Korrelat der Missionspresse, selbst wenn sie nicht unmittelbar über die Mission informiert. „Sie sieht sich keineswegs nur als Selbstdarstellung der eigenen Gemeinschaften, sondern als Mittel intensiver Seelsorge“ (ebd.).

In frühen zeitungswissenschaftlichen Abhandlungen taucht das Wort Ordenspresse nicht auf, wenngleich von Zeitschriften die Rede ist, die von Orden herausgegeben werden.² Hingegen wird mitunter der Begriff Missionspresse verwendet. Löffler schreibt in seiner „Geschichte der katholischen Presse Deutschlands“, die Missionszeitschriften bildeten „einen nicht unbedeutenden Bruchteil der katholischen Presse“ (Löffler 1924, S. 97). „Ihre Zielsetzung ist in manchem

2 So gibt es nach einer Statistik von Karl d’Ester im Jahr 1931 51 Orden, die als Herausgeber von katholischen Zeitschriften fungieren und 31 verlegerisch tätige Ordensgemeinschaften (vgl. d’Ester 1932, S. 268).

unterschiedlich. Sie sind bald höher, bald weniger hoch eingestellt. Sie wenden sich bald an weitere Kreise, bald an den engeren Freundeskreis der jeweiligen Genossenschaft. Was ihre Gesamtleistung betrifft, wird man sagen müssen, daß sie großen Bevölkerungsmassen eine nicht unansehnliche Auslandsstunde übermitteln“ (ebd.).

Die Entstehung der Missionspresse spiegelt den gesellschaftlichen Bedeutungszuwachs missionarischen Handelns wider. Ordensleute betrieben schon früh Entwicklungshilfe. Erste ethnologische Forschungen fußten auf ihren völkerkundlichen Beobachtungen. Die heute noch existierende Ordens-Fachzeitschrift „Anthropos“ zeugt von dieser Verbindung. Als die Missionspresse aufkam, war die Welt noch nicht globalisiert. Die Zeitschriften waren „ein Renner, revolutionärer als die Erfindung des Satellitenempfangs“ (P. Christian Taucher von den Steyler Missionaren, zit. bei Pernsteiner 2008a, S. 25). Die Missionarsbriefe aus unbekanntem Kulturen bescherten den Ordenszeitschriften um 1900 Auflagenzahlen, die später nie wieder erreicht wurden. Im Zeitalter der Fernreisen und des Fernsehens hat die Missionspresse in dieser Hinsicht viel von ihrem Alleinstellungsmerkmal eingebüßt – allerdings nur auf den ersten Blick. Denn die Orden sind in Ländern und Regionen der Erde tätig, die nicht zu den klassischen Touristenzielen gehören und von den Massenmedien selten oder nur im Falle von Konflikten thematisiert werden. Die Alltagsprobleme in Entwicklungs- und Schwellenländern besitzen nur dann einen Nachrichtenwert, wenn sie Auswirkungen auf die westliche Welt haben.

Gewandelt hat sich die Wahrnehmung der Missionsarbeit der Orden. Professionelle Entwicklungshelfer, die ohne religiöses Motiv tätig sind, traten hinzu, statt der Kirche nehmen sich Staaten des Themas Entwicklungszusammenarbeit an. Ordensgemeinschaften werden in diesem Kontext immer weniger wahrgenommen – eher denkt man an die großen päpstlichen Missionswerke wie Adveniat, Misereor und Renovabis oder das Hilfswerk der Caritas, die regelmäßig zu Kollekten im Sonntagsgottesdienst aufrufen oder im Zusammenhang mit Katastrophenfällen in den Medien zusammen mit Spendennummern genannt werden. Ruft man sich die Definition in Erinnerung, dass Ordenszeitschriften eine oder mehrere Ordensgemeinschaften als Träger, Herausgeber oder Teilhaber haben, so gehören allerdings nur jene Titel der Missionspresse dazu, deren Absender missionarisch tätige Orden sind. In der nachfolgend dargestellten Erhebung wurden daher die zahlreichen Publikationen der päpstlichen Missionswerke nicht aufgenommen – auch wenn sie inhaltlich mit der Ordenspresse verwandt sind.

Eine Sonderrolle nimmt das Magazin „Kontinente“ ein, das als Gemeinschaftsprojekt von 27 Ordensgemeinschaften herausgegeben wird.³ Inzwischen gehören aber auch die Missionswerke Missio Aachen und Missio Niederlande zu der Kooperation. Dennoch wird „Kontinente“ hier als Ordenszeitschrift verstanden. Weitere Spezialfälle sind die Publikationen der Schönstatt-Bewegung, die Vierteljahresschriften „Charismen“ der Fokolarbewegung oder „Mitten in der Welt“ von den Gemeinschaften Charles de Foucauld. Bei den Absendern handelt es sich streng genommen nicht um Orden, sondern um Säkularinstitute beziehungsweise Geistliche Gemeinschaften. Da diese Formen den Orden aber verwandt sind, wurden die betreffenden Publikationen dennoch in die Erhebung aufgenommen.

Kategorien der Ordenspresse

In der österreichischen Studie und in der vorliegenden Erhebung bilden Missionszeitschriften eine Untergruppe der Ordenspresse. Pernsteiner (2008a, S. 18ff.) unterteilt die Ordenspresse in insgesamt acht Kategorien, die sich teils aus der Funktion, teils aus der Zielgruppe der Publikationen ergeben:

- *Zeitschriften zur Verbreitung der Ordensspiritualität:* Die Orden kommunizieren Besonderheiten der eigenen Spiritualität und halten den Kontakt zu Menschen, die dem Orden nahe stehen. Sie publizieren Informationen rund um den Orden, vermitteln Glaubensinhalte, liefern Wissenswertes zu Festen des Kirchenjahres und bieten Katechese, Lebenshilfe, Unterhaltung oder Buchvorstellungen. „Die Zeitschriften sind ein Spiegel der Ereignisse in den Orden, wobei die rückblickende Dokumentation von Veranstaltungen [...] die aktive Terminankündigung [...] überwiegt“ (ebd., S. 20).
- *Zeitschriften zur Kommunikation des Geschehens regionaler Ordensniederlassungen:* Hierunter fallen Klosterzeitschriften, die oftmals auch Jahresberichte der klostereigenen Schulen oder Wirtschafts-

3 1966 entschlossen sich 13 Ordensgemeinschaften zur Herausgabe einer gemeinsamen Zeitschrift. Die Startauflage betrug 70 000 Exemplare (vgl. www.kontinente.org [Zugriff 28.8.2012]; an anderer Stelle ist von 12 Gründungsmitgliedern und einer Startauflage von 80 000 Exemplaren die Rede, vgl. Hosse 1972, S. 348f.). „Ihr Ziel war es, den kirchlichen Blätterwald zu lichten und eine fachlich versierte Berichterstattung über Mission und Entwicklungsländer ‚Dritte Welt‘ anzubieten“ (www.kontinente.org/de/herausgeber.html). 1968 wurde „Kontinente“ bereits von 23 Orden unterstützt. Mittlerweile ist „Kontinente“ die auflagenstärkste Ordenszeitschrift (2012: 260 000 Exemplare). Den jährlich sechs Ausgaben steuern die Herausgeber jeweils individuelle Innenteile mit vier bis zwölf Seiten bei.

betriebe beinhalten, aber auch spirituelle Impulse geben und Katechese leisten. Eine Aufteilung in „regionale“ und „überregionale“ Ordenszeitschriften, wie von Pernsteiner vorgeschlagen, ist allerdings nicht unproblematisch: Die Übergänge sind fließend. In der vorliegenden Erhebung wurden beide Kategorien zusammengefasst in „Ordensmagazine und -zeitschriften für Freunde des Ordens“.

- *Zeitschriften zur Förderung des Missionsgedankens* (in dieser Studie: Missionszeitschriften) „widmen sich vorrangig dem Engagement ihres Ordens in der Mission und der Entwicklungshilfe in den Ländern des Südens. Sie beschreiben die Funktionsweise, Problemsituation und Erfolge ihrer Projekte und fordern die Leser zu deren finanzieller Unterstützung auf“ (ebd., S. 23). Die Berichte aus den Einsatzgebieten können redaktionell erstellt sein oder die Form von Briefen von Missionaren haben.
- *Zeitschriften zur religiösen Sozialisation von Kindern*: Gemeint sind nicht Kinder- und Jugendseiten in Ordenszeitschriften, sondern eigenständige Publikationen, die sich aufgrund ihres Inhalts, ihrer Sprache und Aufmachung dezidiert an Heranwachsende einer definierten Altersgruppe wenden.
- *Zeitschriften zur wissenschaftlichen Veröffentlichung*: Klöster haben eine lange Wissenschaftstradition. Bevor es hierzulande weltliche Bibliotheken gab, sammelten Domkapitel sowie Frauen- und Männerorden Literatur insbesondere zu wissenschaftlichen Zwecken. Noch im 17. und 18. Jahrhundert waren die Bibliotheken der Benediktiner und der Augustiner besser ausgestattet als die meisten Universitätsbibliotheken. Bis heute geben Orden wissenschaftliche Fachzeitschriften heraus, die meist theologische und/oder philosophische Themen behandeln.
- *Zeitschriften zur internen Ordenskommunikation* richten sich ausschließlich an Ordensmitglieder, sind also eher vergleichbar mit einer Mitarbeiterzeitung. In der vorliegenden Studie wurden solche Zeitschriften nicht berücksichtigt (es sei denn, die Adressaten waren auch, aber eben nicht ausschließlich ordensinterne Leser).
- *Zeitschriften zur Kontaktpflege mit Teilnehmern und Mitarbeitern spezieller Ordensangebote*: Darunter fallen in Pernsteiners Studie Zeitschriften von Ordenskrankenhäusern oder Bildungshausmedien. Derartige Publikationen wurden in der vorliegenden Erhebung unter Ordensmagazine für Freunde des Ordens einsortiert.
- *von Orden herausgegebene Jahreskalender*: Die Salesianer Don Boscos verschicken zum Beispiel an Freunde des Ordens einen Abreißkalender, die Steyler Missionare verkaufen einen Michaelskalender. Kalender wurden in dieser Studie nicht berücksichtigt.

Ordenszeitschriften in Deutschland 2012

Durch Recherche und die Umfrage konnten 74 in oder für Deutschland erscheinende Ordenszeitschriften identifiziert werden. Von 69 Titeln füllten die Schriftleiter oder Vertreter des Herausgebers den Fragebogen aus. Dies entspricht einer Rücklaufquote von rund 93 Prozent. Bei weiteren acht Zeitschriften, die recherchiert oder von der Ordensobernkonferenz auf ihrer Internetseite aufgelistet werden, ergaben die Recherchen, dass die Titel zum Zeitpunkt der Erhebung nicht mehr erschienen.⁴ Als Begründung gaben die Orden insbesondere an, man sei gerade dabei, die Kommunikationsstrategie zu überdenken und neu auszurichten. Die Zeitschrift „Wegbereiter“ der Deutschen Provinz der Salvatorianer wurde Ende 2012 eingestellt – in dieser Studie ist sie noch berücksichtigt.

Die Gruppe der „Ordensmagazine und -zeitschriften für Freunde des Ordens“ ist mit 39 Titeln die größte in der vorliegenden Erhebung. Das Spektrum reicht von der selbstgestalteten und -gedruckten Klosterzeitschrift mit einer Auflage von 250 Exemplaren („Liobabote“) bis hin zum professionell gemachten und in einer Auflage von 200 000 Stück verkauften Magazin („Stadt Gottes“). Periodische Publikationen von Orden, die (hauptsächlich) in der Missions- und Entwicklungsarbeit tätig sind, fallen in die Gruppe der Missionszeitschriften. Hier wurden 12 Titel identifiziert. Kinderzeitschriften von Orden gab es zum Zeitpunkt der Erhebung nur zwei. Die übrigen Publikationen fallen in die Kategorie der Fachzeitschriften. Von 21 identifizierten Titeln lagen 16 Rückmeldungen vor.

Am weitesten verbreitet unter der Ordenspresse sind die Vierteljahresschriften (43,5 Prozent der untersuchten Titel). Etwas mehr als ein Viertel der Titel erscheint sechs Mal im Jahr oder noch häufiger. Der Mittelwert für alle untersuchten Titel liegt bei rund 4,8 Ausgaben pro Jahr (in der Studie für Österreich 3,6 Ausgaben pro Jahr). Der durchschnittliche Seitenumfang variiert stark: Eine Publikation ist mit nur vier Seiten mehr ein Faltblatt denn eine Zeitschrift, zwei Fachzeitschriften mit 300 oder mehr Seiten je Ausgabe gleichen einem Buch. Mehr

- 4 Dabei handelt es sich um die Zeitschriften „Die Anregung“ (Predigtvorschläge der Steyler Missionare, seit 2011 nur noch online), „Blickpunkt Mensch“ (Schwestern der heiligen Maria Magdalena Postel, seit 2010 Teilaufgabe von „Kontinente“), „Für Euch“ (Franziskanerbrüder vom Heiligen Kreuz), „Gemeinsam“ (Gesellschaft der Franziskanerinnen zu Olpe), „Ketteler Brennpunkt“ (Schwestern von der Göttlichen Vorsehung), das „NET-Magazin“ (Legionäre Christi), „Proprium“ (Prämonstratenser) und der „Sendbote“ von den Missionaren von der Heiligen Familie.

	N	verbreitete Auflage		Heftumfang (Mittelwert)	Ausgaben/Jahr (Mittelwert)
		Mittelwert je Titel	Summe aller Titel		
Ordens- zeitschriften	39	22 199	865 750	32,0 Seiten	5,2
Missions- zeitschriften	12	48 322	579 850	36,0 Seiten	4,2
Fach- zeitschriften	16	2809	44 950	99,7 Seiten	3,5
Kinder- zeitschriften	2	35 000	70 000	40,0 Seiten	12,0
alle Titel	69	22 617	1 560 550	48,9 Seiten	4,8

Tab. 1: Auflage, Umfang und Periodizität der Zeitschriftentypen im Vergleich

als die Hälfte der Titel haben einen Umfang im Bereich von 20 bis einschließlich 40 Seiten, zehn Prozent der untersuchten Titel hatten im Schnitt mehr als 100 Seiten je Ausgabe. Der Mittelwert von 48,9 Seiten (österreichische Studie: 36 Seiten) ist allerdings wegen der starken Varianz verzerrt. Ursache dafür ist, dass die Fachzeitschriften in vielen Parametern von den Ordens- und Missionsmagazinen abweichen (vgl. Tab. 1). Der Heftumfang von Ordens- und Missionszeitschriften ohne die Fachzeitschriften liegt bei rund 33 Seiten je Ausgabe.

Die Auflage der Ordenszeitschriften liegt im Schnitt bei rund 22 600 Exemplaren. Allerdings ist auch hier die Streuung enorm. Die meisten Klosterpublikationen und Fachzeitschriften werden in drei- oder niedriger vierstelliger Zahl gedruckt. 37,7 Prozent der Titel haben eine Auflage zwischen 10 000 und 50 000 Exemplaren. Acht Ordenszeitschriften kommen auf 50 000 Exemplare oder mehr. Insgesamt haben alle 69 erhobenen Titel eine Auflage von 1,56 Millionen Exemplaren. Ende der 1960er Jahre kamen rund 70 Ordens- und Missionszeitschriften noch auf eine doppelt so hohe Auflage (vgl. Roegele/Wagner 1969, S. 501). Diese Angabe stimmt auch mit einer Statistik überein, die bei Mees und Oertel (1996, S. 141) für den Zeitraum zwischen 1970 und 1995 abgedruckt ist. Demnach rutschte die Ordens- und Missionspresse 1992 erstmals unter die Grenze von zwei Millionen Exemplaren.

Für Österreich hatte Pernsteiner in seiner Studie keine Auflagenzahlen erhoben. Allerdings bestätigten „fast alle in den Telefoninterviews befragten Redakteure eine (verschieden stark ausgeprägte) Rückwärtsentwicklung der Auflage ihrer Zeitschriften“ (Pernsteiner 2008, S. 11). Zwar seien die Leser von Ordensmedien in der Regel

eher abgeneigt, ihre bestehenden Abonnements zu kündigen, dennoch sei es schwierig, „selbst bei kostenloser Zusendung ausreichend jüngere Leser zu gewinnen, um den natürlichen Rückgang älterer Lesergruppen zu kompensieren“ (Pernsteiner 2008, S. 45).

Nicht erhoben wurde in der vorliegenden Studie, wie sich die Reichweite in den vergangenen Jahren entwickelt hat. Allerdings liegen dem Verfasser Auflagenzahlen für einzelne Titel aus dem Jahr 1992 vor, sodass exemplarisch der Rückgang innerhalb von zwanzig Jahren aufgezeigt werden kann (vgl. Tab.2). Die Daten zeigen, dass die Titel zwischen einem Drittel und 80 Prozent ihrer Auflage verloren haben. Ausbauen konnten die Publikationen ihre Verbreitung allenfalls durch verschiedene Formen der Zusammenarbeit. So hat das „Don Bosco Magazin“ in einer Gesamtausgabe für Deutschland und Österreich heute eine höhere Auflage als noch 1992 nur für Deutschland. Das Magazin „Kontinente“ nahm seit 1992 etliche

Tab. 2: Ausgewählte Ordenszeitschriften und ihre Auflagenverluste

Titel der Zeitschrift	1992 ¹	2012 ²	Veränderung
Basis	11 000	2200	- 80,0 %
Der Weinberg	65 000	22 000	- 66,2 %
Don Bosco Magazin (D)	56 000	79 000 ³	(+ 41,1 %)
Don Bosco Heute (A)	k. A.		
Geist und Leben	3000	1800	- 40,0 %
Gottes Wort im Kirchenjahr	10 000	7000	- 30,0 %
Hiltruper Monatshefte	9000	3500	- 61,1 %
KA – Katholisches Apostolat	49 000	44 000 (KA+das zeichen)	- 63,0 %
Das Zeichen	70 000		
Kontinente	108 000	260 000	- 62,5 % ⁴
Missio aktuell (Aachen)	585 000		
Licht	13 000	4500	- 65,4 %
Mariannahill	40 000	26 500	- 33,8 %
Pico	55 000	25 000	- 54,5 %
Stadt Gottes	401 000	200 000	- 50,1 %
Weite Welt	95 000	45 000	-52,6 %

1 Quelle: Auflistung der Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse (AKP)

2 Quelle: Erhebung von Christian Klenk/AGOMP

3 darunter 30 000 Exemplare für Österreich

4 Der Verlust ist tatsächlich noch höher, da im Zeitraum zwischen 1992 und 2012 neben Missio Aachen weitere Herausgeber zu „Kontinente“ hinzukamen.

weitere Kooperationspartner auf, sodass die Auflage von gut 100 000 auf 260 000 stieg. Rechnet man jedoch die Auflagen der in die Kooperation eingebrachten und darin aufgegangenen Zeitschriften mit ein, so ergeben sich deutliche Verluste. Exemplarisch sei die Zeitschrift von Missio Aachen erwähnt, die 1992 noch 585 000 Millionen Exemplare zählte.

Rund 60 Prozent der untersuchten Zeitschriften werden an die Leser kostenlos verteilt, meist mit der Bitte um eine Spende für die Ordensarbeit. Für die Verkaufszeitschriften verlangen die herausgebenden Orden je Ausgabe zwischen 1,35 Euro und 60 Euro. Bei den teuren Publikationen handelt es sich ausschließlich um Fachzeitschriften. Das Jahresabonnement der Vierteljahresschrift „Theologie und Philosophie“ kostet 192 Euro – entsprechend verweisen die Herausgeber darauf, dass fast alle Adressaten Bibliotheken seien. Solch stolze Preise sind aber die Ausnahme. Bei knapp der Hälfte der Verkaufszeitschriften liegt der Jahrespreis bei 20 Euro oder weniger. Mehr als 80 Prozent der Ordenszeitschriften haben einen Internetauftritt. Die vollständige Ausgabe (zum Beispiel als PDF) konnte allerdings nur bei knapp der Hälfte der Zeitschriften im Netz abgerufen werden.

Die Leser der Ordenspresse

Bei 36 Titeln (52 Prozent) wissen oder vermuten die Herausgeber, dass die größte Altersgruppe der Leser jene zwischen 56 und 70 Jahre ist. Bei 11 Ordenszeitschriften bildete die Altersgruppe der 41- bis 55-Jährigen den Schwerpunkt der Leserschaft, bei 4 Titeln die über 70-Jährigen. Nur bei den zwei Kinderzeitschriften sind die Leser erwartungsgemäß jünger. Bei 12 Titeln machten die Orden keine Angabe zur Altersstruktur. Eine genauere Erhebung als die Frage nach der zahlenmäßig stärksten Altersgruppe wurde nicht vorgenommen, weil vermutlich die wenigsten Orden über detaillierte soziodemografische Daten ihrer Leser verfügen – insbesondere dann nicht, wenn die Zeitschrift kostenlos verteilt oder ausgelegt wird. Somit beruht auch die Angabe des Anteils der Leserinnen unter den Beziehern weitestgehend auf Schätzungen: Demnach überwiegen bei rund 40 Prozent der Ordenszeitschriften die weiblichen Rezipienten. Bei einem weiteren Drittel der Titel vermuten die Herausgeber eher ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis, und nur bei 7 Prozent der Publikationen ist die Leserschaft überwiegend männlich. Für 15 Titel machten die Herausgeber zum Frauenanteil der Leser keine Angaben.

Damit deutet sich an, dass die Ordens- und Missionszeitschriften – abgesehen von den Kinderzeitschriften – eine ähnliche Leserschaft

ansprechen wie die Bistumszeitungen: vorwiegend Frauen, die am Ende der beruflichen Lebensphase stehen oder schon im Ruhestand sind. Pernsteiner erörterte die Problematik der Zugangsbeschränkungen von Gesellschaftsmilieus zu den Ordenszeitschriften im Rahmen seiner Studie in einer Gruppendiskussion mit Herausgebern. „Jüngere Generationen, so der Tenor der Fokusgruppe, hätten kaum Zugang zu den Ordensmedien. Ihr geändertes Medienverhalten mache die Zeitschrift zu einem ungeeigneten Kommunikationskanal für Ordensgemeinschaften“ (Pernsteiner 2008a, S. 40).

Über bestimmte Themen gibt es bei einzelnen Milieus unter optimalen Voraussetzungen allerdings sehr wohl Chancen auf Kommunikation mit Orden. Katholiken aus dem Sinus-Milieu *Moderne Performer* schätzen die Kirche insbesondere als „Anwalt der Schwachen und Ohnmächtigen“ (vgl. MDG 2005, S. 114). „Ihr Engagement im sozialen Bereich ist wichtig und sollte unbedingt gestärkt werden: Sie ist ein gutes und nützliches Angebot für Menschen mit Defiziten (Schwache, Bedürftige, Menschen, die sonst keinen Halt haben)“ (ebd., S. 111). Wichtig sei allerdings „Transparenz der Mittelverwendung; dokumentieren und kommunizieren, für welches Projekt die Steuergelder und Spenden eingesetzt werden“ (ebd., S. 114). Genau darin besteht die Kernkompetenz vieler Ordens- und Missionszeitschriften: die Arbeit des Ordens, die häufig im sozialen Bereich verortet ist, darzustellen und deutlich zu machen, wie die Spendengelder verwendet werden.

Bei den *Etablierten* gibt es Anschlusschancen über die Angebote von Klöstern. Katholiken dieses Milieus schätzen „Kloster-Auszeiten als Gelegenheit für temporären Rückzug (nicht erreichbar sein) oder für die Reflexion in einem anregenden Ambiente“ (ebd., S. 48). Die Kirche gelte darüber hinaus „als Hüter hochkultureller Errungenschaften, die man in Kathedralen und in der Kunst bewundert“ (ebd., S. 18). „Es dominiert ein bildungs- und kunstgetriebener Zugang zu Religion“ (ebd., S. 40). Daher werden Klöster nicht nur als Rückzugsort sondern auch als touristisches Reiseziel betrachtet. „Man geht gern dorthin, wo sich Kompetenz klassisch abbildet (Klöster mit ihrer besonderen Architektur, ihren Bibliotheken, Gärten und Gelehrten)“ (ebd.). Einschränkend muss gesagt werden, dass diesen Anziehungseffekt des Kulturguts Kloster hauptsächlich die alten, monastischen Orden in Anspruch nehmen können – das in der Nachkriegszeit errichtete Wohnhaus einer Ordensniederlassung taugt kaum als Touristenmagnet. Spirituelle Angebote können hingegen alle Ordensgemeinschaften anbieten.

Neben der sozio-demografischen Verortung der Leserschaft wurde auch deren geografische Verteilung untersucht. Ordenszeitschriften,

die in Deutschland herausgegeben werden, sind weltweit verbreitet. Fast alle Redaktionen geben an, dass sie einzelne Exemplare oder auch größere Stückzahlen ins Ausland verschicken, etwa an Freunde und Förderer in benachbarten europäischen Ländern oder an Ordensniederlassungen auf anderen Kontinenten. Drei Viertel der Zeitschriften werden auch in der Schweiz und/oder in Österreich gelesen. 11-mal wurde Belgien als Verbreitungsland angegeben, 9-mal die USA, 7-mal Italien (bzw. Südtirol) und 5-mal die Niederlande. (Einige Orden gaben auch nur „Europa“ oder „weltweit“ an, sodass die Statistik nur einen groben Hinweis auf die Auslandsverbreitung gibt.)

Innerhalb Deutschlands haben die Empfänger der Ordenszeitschriften ihren Wohnort überwiegend im Süden und Westen. Für die Erhebung der nationalen Verbreitung wurde die Bundesrepublik in fünf Postleitzahlengebiete aufgeteilt, und die Herausgeber konnten zwei Gebiete ankreuzen, in denen (mutmaßlich) die meisten Leser ihrer Zeitschrift leben (daher ergeben die nachfolgenden Werte in der Summe mehr als 100 Prozent). 20 Prozent der Herausgeber machten keine Angaben dazu, wo die Leser ihrer Zeitschriften in Deutschland zuhause sind. Das Postleitzahlgebiet 80000 bis 99999 (in etwa Bayern und Teile Thüringens) wurde von rund 55 Prozent der Herausgeber als eines der zwei wichtigsten Verbreitungsgebiete genannt. 48 Prozent gaben das Gebiet 40000 bis 59999 an (vor allem Nordrhein-Westfalen). Der Südwesten (PLZ 60000 bis 79999; in etwa Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Hessen) wurde für rund 35 Prozent der Titel angegeben. Die Postleitzahlengebiete 20000 bis 39999 (v.a. Niedersachsen und Schleswig-Holstein) sowie 00000 bis 19999 (Ostdeutschland) wurden selten bzw. gar nicht als Verbreitungsschwerpunkt genannt.

Redaktion, Herstellung und Inhalte

Es ist eingetübte Praxis bei den Ordens- und Missionszeitschriften, dass Mitglieder des Ordens ihre Zeitschriften redaktionell und verlegerisch mitbetreuen. Bei vier von fünf der untersuchten Zeitschriften sind Ordensmitglieder redaktionell eingebunden. Bei diesen Titeln arbeiteten durchschnittlich 2,4 Ordensmänner oder -frauen mit. Bei gut der Hälfte der Zeitschriften sind auch Angestellte redaktionell beteiligt, und zwar im Schnitt zwei Mitarbeiter. Für Angestellte und Ordensmitglieder gilt aber, dass diese unter Umständen auch andere Aufgaben zu erledigen hatten, also nicht in Vollzeit für die Ordenszeitschrift arbeiteten. Neben den festen redaktionellen Mitarbeitern haben knapp ein Viertel der Zeitschriften ehrenamtliche Kräfte, die

bei der Erstellung helfen. Insgesamt sind mit der redaktionellen Arbeit bei den 69 untersuchten Ordens- und Missionszeitschriften regelmäßig rund 270 Personen beschäftigt. Dazu kommen noch freie Mitarbeiter, die bei 19 Titeln gelegentlich Beiträge zuliefern.

Ein Problem wird der hohe Anteil von Eigenarbeit für die Orden dann, wenn es nicht genügend Nachwuchs gibt. Kann infolge Personalmangels die redaktionelle Arbeit nicht wenigstens teilweise an Mitarbeiter außerhalb der Ordensgemeinschaft übertragen werden, droht der Zeitschrift das Aus. Auch die Spezialisierung der Herstellungsprozesse und die zunehmende Professionalisierung der Zeitschriften können Gründe dafür sein, Hilfe von außen in Anspruch zu nehmen. Bei rund 60 Prozent der Titel ist ein externer Dienstleister in den Satz und die Gestaltung der Heftausgaben eingebunden. Nur vier Zeitschriften werden vom herausgebenden Orden selbst gedruckt: zwei Klosterzeitschriften mit einer Auflage von wenigen hundert Exemplaren, die Münsterschwarzacher Missionszeitschrift „Ruf in die Zeit“ sowie die „Missionsblätter“ von Sankt Ottilien.

Agenturtexte werden nur in wenigen Ordenszeitschriften regelmäßig verwendet. Knapp 15 Prozent der Titel drucken diese mindestens in jeder dritten Ausgabe ab – zumeist sind es dann Meldungen der Katholischen Nachrichtenagentur (KNA). Mehr als die Hälfte der Titel verzichtet grundsätzlich auf Agenturtexte. Bilder von Agenturen verwenden 38 Prozent der Zeitschriften in jeder Ausgabe, in einem weiteren Viertel der untersuchten Titel kommen Agenturfotos gelegentlich zum Einsatz. 17 Zeitschriftenredaktionen geben an, KNA-Bilder zu verwenden, sechs Titel drucken DPA-Bilder ab, sieben Redaktionen geben an, auf Internet-basierte Bilderdienste (iStockphoto, Fotolia, Pixelio etc.) zurückzugreifen. Rund 60 Prozent der Ordens- und Missionszeitschriften drucken regelmäßig Anzeigen. Davon haben jedoch nur ein Viertel der Titel bezahlte Fremdanzeigen. Die meisten Orden nutzen ihre Zeitschrift vielmehr, um auf weitere Angebote des Ordens, etwa Buchveröffentlichungen oder Veranstaltungen hinzuweisen.

Die wichtigsten Rubriken von Ordens- und Missionszeitschriften sind Berichte über Vorgänge innerhalb des Ordens sowie spirituelle Impulse und Meditationen. Bei mehr als 85 Prozent der untersuchten Titel gaben die Herausgeber an, diese Inhalte regelmäßig zu veröffentlichen. Nur bei den Fachzeitschriften und den Kinderzeitschriften spielen diese Aspekte eine untergeordnete Rolle. Über die Arbeit des Ordens im In- und Ausland berichten knapp 80 Prozent der Zeitschriften in jeder Ausgabe – vor allem bei den Missionszeitschriften ist diese Rubrik für alle Titel ein Muss und nimmt auch einen erheblichen Teil des Heftes ein. Über gesellschaftspolitische

Themen berichten 56,5 Prozent der Ordenszeitschriften regelmäßig. Wissenschaftliche Aufsätze, etwa aus dem Fachgebiet Theologie, veröffentlichen natürlich die Fachzeitschriften – aber nicht allein. Auch 21 Ordens- und immerhin vier Missionszeitschriften geben an, regelmäßig wissenschaftliche Abhandlungen zu publizieren.

Neben vorgegebenen Rubriken konnten die Herausgeber weitere Inhalte ihrer Zeitschriften nennen. Für fünf Titel wurde angegeben, dass üblicherweise Unterhaltungselemente (Humor, Buntes, Rätsel) publiziert würden. Vier Zeitschriften haben nach eigenen Angaben eine Kinderseite, ebenfalls vier nennen „Berufungsgeschichten“ bzw. „Erfahrungsgeschichten“ von Ordensmitgliedern als wiederkehrende Rubrik. Vereinzelt genannt wurden Buchbesprechungen/Literatur, Literarische Texte, Historisches, Predigt- und Gottesdienstvorschläge.

Resümee

In Deutschland erschienen im Jahr 2012 mehr als 70 Zeitschriften von Ordensgemeinschaften, die zusammen eine Auflage von mehr als 1,5 Millionen Exemplaren erreichten. Die typische Ordenszeitschrift (ohne Fachzeitschriften) hat 33 Seiten Umfang, erscheint fünf Mal im Jahr in einer Auflage von knapp 30 000 Exemplaren und wird – jedenfalls in der Mehrzahl – kostenlos oder gegen eine Spende weitergegeben. Damit werden deutlich mehr Menschen publizistisch von den Orden erreicht, als dies den Ortskirchen mit Hilfe ihrer Bistumszeitungen noch gelingt (Gesamtauflage Ende 2012: knapp 600 000 Exemplare). Vergleichen lassen sich diese beiden Zeitschriftentypen allerdings kaum, da die Bistumspresse wöchentlich erscheint und damit viel intensiver aktuelle kirchliche und gesellschaftliche Themen zur Sprache bringen kann, als dies bei den mehrheitlich vierteljährlichen Erscheinungsrhythmen der Ordenspresse möglich ist. Zudem behandeln die Publikationen der Institute des geweihten Lebens ein eingeschränktes Themenfeld: Sie berichten vor allem über ordensinterne Vorgänge und die Arbeit des Ordens im In- und Ausland und liefern ihren Lesern spirituelle Impulse. Insbesondere Missionszeitschriften nehmen darüber hinaus zu gesellschaftspolitischen Fragen Stellung. Einen Sonderfall unter den Ordenszeitschriften bilden die Fachzeitschriften. Sie liefern vor allem Beiträge zu Fragestellungen im philosophisch-theologischen Bereich und unterscheiden sich auch in formaler Hinsicht mit durchschnittlich rund 100 Seiten je Heft, das drei bis vier Mal im Jahr erscheint. Ähnlich wie die kirchlichen Printmedien erreichen Ordenszeitschriften nur einen eingeschränkten Kreis von Katholiken. Ein großer Teil der Leser ist im vorgerück-

ten Alter, Frauen sind in der Mehrzahl. Der Unterschied zu den Bistumszeitungen liegt darin, dass es auch ein Ungleichgewicht bei der geografischen Verbreitung von Ordenszeitschriften gibt. Diese werden vor allem im Süden und Westen Deutschlands gelesen. Dies hat mit der Verortung der Ordensgemeinschaften zu tun, deren räumliche Schwerpunkte in Bayern und im Rheinland liegen.

Die Orden stehen mit ihren Zeitschriften vor großen Herausforderungen. Diese bestehen zum einen darin, jüngere Kreise von Leserinnen und Lesern zu erschließen, um so den sinkenden Auflagenzahlen entgegenzuwirken. Eine Hilfestellung können die Ergebnisse der Sinus-Milieu-Studie sein, die aufzeigen, dass Ordensgemeinschaften mit ihrem sozialen Engagement im In- und Ausland und ihren spezifischen spirituellen Angeboten wie etwa Exerzitien für manche Milieus durchaus attraktiv sind. Die zweite Herausforderung ist das Bewältigen der redaktionellen Arbeit, die zu großen Teilen auf den Schultern von Ordensleuten lastet. Der fehlende Nachwuchs in den eigenen Reihen wird es künftig schwieriger machen, die nötigen Kräfte für die Herausgabe von Zeitschriften aufzubringen. Dabei ist ein Fortbestehen der Publikationen in zweifacher Hinsicht wichtig: weil sie essentiell sind für die Wahrnehmung der Arbeit der Orden in der Gesellschaft und weil sie dabei helfen, Spenden für die Gemeinschaften und deren gesellschaftliches Engagement zu generieren.

Für die Orden ergeben sich mehrere Handlungsoptionen. Eine besteht in der fortschreitenden Professionalisierung der Zeitschriften. Damit ist zum einen gemeint, die Qualität der Publikationen zu verbessern, um gegen die Konkurrenz der Medienangebote bestehen zu können – etwa durch ein zeitgemäßes Layout oder interessante Themen. Damit kann zweitens gemeint sein, Teile der Produktion, zum Beispiel die Gestaltung, an externe Dienstleister abzugeben – mit dem Ziel der Qualitätssteigerung und der Entlastung der Ordensmitglieder. Die Erhebung hat gezeigt, dass die Entwicklung hier schon weit fortgeschritten ist. Mehr als die Hälfte der Publikationen werden „außerhalb der Klostermauern“ gelayoutet. Dementsprechend professionell aufgemacht sind mittlerweile die meisten Ordenszeitschriften, wie eine stichprobenartige Untersuchung des Verfassers ergeben hat. Die laienhaft gestaltete und mit dem Kopierer vervielfältigte Klosterzeitschrift ist ein Klischee – oder zumindest die Ausnahme.

Sollten die Bemühungen um neue Leser und die personelle Ausstattung der Redaktion dauerhaft nicht von Erfolg gekrönt sein, hilft am Ende nur die Kooperation mit anderen Titeln: auf Ebene des eigenen Ordens mit einer benachbarten Provinz oder über die Ordensgrenzen hinweg, wie es viele missionarisch tätige Orden mit der Zeitschrift

„Kontinente“ bereits praktizieren. Eine weitere Option besteht darin, die publizistische Tätigkeit ins Internet zu verlagern, um beim Druck und Versand Geld einzusparen. Dabei muss allerdings berücksichtigt werden, dass auf diese Weise – zumindest derzeit – die älteren Freunde und Förderer des Ordens kaum erreicht werden. Die schlechteste Option, die allerdings von einigen Orden in den vergangenen Jahren gewählt wurde, besteht darin, die Herausgabe der Zeitschrift gänzlich zu beenden und auch publizistisch keinen Ersatz anzubieten.

Literatur

- D'Ester, Karl (1932): Katholische Zeitschrift und ihre Leser. In: Naumann, Johann Wilhelm (Hg.): Die Presse und der Katholik. Anklage und Rechtfertigung. Handbuch für Vortrag und Unterricht. Wiesbaden, S. 257-278.
- Deutsche Bischofskonferenz (DBK) (2012) (Hg.): Katholische Kirche in Deutschland. Zahlen und Fakten 2011/12 (= Arbeitshilfen Nr. 257). Bonn.
- Herzig, Anneliese/Meier, Dominicus (2011): „Gebt Zeugnis von der Hoffnung, die euch erfüllt (1 Petr 3,15)“ – Ordensleben in Übergängen. Ein Gespräch. In: Ordenskorrespondenz, 52. Jg., H. 3, S. 271-283.
- Hosse, Josef (1972): Missionspresse im Wandel der Zeit. In: *Communicatio Socialis*, 5. Jg., H. 4., S. 348-351.
- Klenk, Christian (2013): Zustand und Zukunft katholischer Medien. Prämissen, Probleme, Prognosen. Berlin.
- Koschnik, Wolfgang J. (o.J.): Ordenspresse. In: *Medialexikon*. URL: <http://www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon.php?snr=4161> (Zugriff am 24.3.2013).
- Löffler, Klemens (1924): Geschichte der katholischen Presse Deutschlands. Mönchengladbach.
- Maier, Martin (2005): Orden und Kirche in der Krise. In: *Stimmen der Zeit*, 223. Jg., H. 2, S. 73f.
- Medien-Dienstleistung GmbH (MDG) (2005) (Hg.): Milieuhandbuch „Religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus-Milieus 2005“. Forschungsergebnisse von Sinus Sociovision für die Publizistische Kommission der Deutschen Bischofskonferenz und die Koordinierungskommission Medien. München.
- Mees, Günther/Oertel, Ferdinand (1996) (Hg.): Deutschlands fromme Presse. Eine Zwischenbilanz katholischer Publizisten. Frankfurt am Main.
- Pernsteiner, Johannes (2008a): Publizieren gegen die Mühlen der Zeit. Ordenszeitschriften in Österreich. In: *Ordensnachrichten*, 47. Jg., H. 5, S. 3-67.
- Pernsteiner, Johannes (2008b): Publizieren gegen die Mühlen der Zeit. Eine kritische Analyse zu Bestand und Entwicklung der Ordenszeitschriften Österreichs. Diplomarbeit Wien.
- Roegele, Otto B./Wagner, Hans (1969): Die katholische Presse in Deutschland. In: Dovifat, Emil (Hg.): *Handbuch der Publizistik*. Band 3, Berlin, S. 496-507.