

# chancen für katholische blätter

günther mees

Seit Jahren gehen die Auflagen fast aller Kirchenzeitungen in der Bundesrepublik beständig zurück. Die wirtschaftliche Situation der meisten Verlage verschlechtert sich deshalb zunehmend. Doch diese Sorgen und Erkenntnisse sind nicht auf die kirchlichen Medien begrenzt. Auch bei den säkularen Blättern macht man sich Sorgen, wie man sich der Konkurrenz der Neuen elektronischen Medien erwehren könne. Doch weht den kirchlichen Blättern noch ein zusätzlicher Wind scharf ins Gesicht: Die Entchristlichung unserer Lebenswelt hat das Interesse an kirchlichen Ereignissen oder an einem Leben auf einer christlichen Grundlage beträchtlich ins Wanken gebracht. Was kann man tun, um am "Markt" bzw. unter den Menschen das Wort in der Welt von heute zu verkünden?

Vor diesem Hintergrund wurde stets als ein besonderer Mangel empfunden, daß über die offenbar gewandelten Einstellungen, Wünsche, Gewohnheiten und Erwartungen der Leser und der Nicht-Leser so gut wie nichts bekannt ist. 15 Bistumsblätter (Aachen, Bamberg, Berlin, Eichstätt, Fulda, Freiburg, Hildesheim, Limburg, Mainz, Münster, Osnabrück, Paderborn, Rottenburg-Stuttgart, Speyer und Trier) haben im vergangenen Jahr 1986 und 1987 eine Funktionsanalyse durchgeführt und hiermit die Media Markt Analyse in Frankfurt beauftragt. Voraus ging eine Erhebung des durchschnittlichen redaktionellen Angebots aller 22 in der Bundesrepublik Deutschland existierenden Bistumszeitungen, um deren Anteil am Gesamtvolumen des Inhalts festzustellen. Hier die Ergebnisse in Prozentzahlen:

Informations-/Wissensvermittlung	29 %
Unterhaltung	19 %
Kirchliche Nachrichten aus dem Bistum	11 %
Religiöse Orientierung und Vertiefung	10 %
Religiöser Dialog und Kritik	8 %
Weltkirche und Papsttum	3 %
Lebenshilfe	2 %
Kirchliche Nachrichten aus der Bundesrepublik	1 %
Werbung mit religiösen Bezug	7 %
Werbung ohne religiösen Bezug	10 %.

Die Untersuchung repräsentiert insgesamt 1.044.700 Abonnenten bzw. Leser in Abonnentenhaushalten.

Einige Vorbemerkungen vorweg:

Interessant ist, daß es bei der Abonnentenentwicklung keinen zwingenden Verlauf zur Abnahme der regelmäßigen Gottesdienstbesucher gibt. Der Rückgang der Gottesdienstbesucher ist im gleichen Zeitraum generell dreimal so hoch wie der Verlust an Abonnenten. Auch kann man nicht zwingend davon ausgehen, daß in Gebieten mit einer ärmeren wirtschaftlichen Struktur der Rückgang der Abonnenten stärker ist, als in sogenannten "reicheren" Gebie-

ten. Feststellbar ist auch eine neue Funktion der Bistumszeitung, nämlich in etlichen Haushaltungen wird die Zeitung auch dann noch abonniert, wenn der Kontakt zur Kirche locker geworden ist bzw. sich fast ganz gelöst hat. Man möchte in keinem Fall wohl in diesen Familien die Brücke zur Kirche ganz und gar abbrechen. Aufgrund der Zunahme sogenannter gemischter Ehen (katholisch/evangelisch) erscheint es angebracht zu sein, auch auf diese Tatsache Rücksicht zu nehmen und dem allgemein Christlichen in der Berichterstattung einen größeren Raum zu gewähren, als würde man sich nur an Katholiken wenden.

Bei der Zusammensetzung der Abonnenten zeigt sich im Vergleich zur Allgemeinbevölkerungsstruktur, daß hier die Frauen leicht vorn liegen. Unter Berücksichtigung aller Personen, die im Haushalt von der Kirchenzeitung erreicht werden, nimmt allerdings der Anteil der Männer als Mitleser wiederum zu, so daß sich die Leserstruktur der Bevölkerungsstruktur annähert. Der durchschnittliche Abonnentenhaushalt bei den befragten 15 Blättern besteht aus 2,6 Personen, wobei 2,1 Personen, das sind 82 Prozent aller Personen, die in Abonnentenhaushalten leben, von der Kirchenzeitung erreicht werden. Die sogenannten Mitleser sind in der Regel Männer und solche unter 40 Jahren, d.h. die Blätter werden von diesem Kreis offenbar als interessant angesehen, sonst würden sie nicht mehr oder weniger zu den regelmäßigen Mitlesern gehören. Jedoch überläßt man offenbar den Frauen den Abschluß eines Abonnements.

Bezogen auf den Mehrpersonenhaushalt sind die Beiträge aus der Kirchenzeitung in rund 70 Prozent der Familien ein Gesprächsstoff. Für 30 Prozent bietet die Kirchenzeitung allerdings nie Anlaß zu einem Gespräch in der Familie.

Ein wichtiger Grund, kein Abonnement abzuschließen, ist die Möglichkeit der Nutzung fremder Abonnements. Knapp 30 Prozent der Abonnenten-Haushalte geben ihr Exemplar regelmäßig oder gelegentlich weiter. In vielen Fällen wird die Kirchenzeitung von den Eltern oder Großeltern ausgeliehen. In der Gewinnung dieser Mitleser läge eine Chance für die Erhöhung der Auflage bzw. für die Verjüngung der Leserschaft.

Die befragten 15 Blätter sind jedoch keineswegs alle über einen Leisten zu schlagen. D.h. jedes Blatt hat doch mehr oder weniger ein eigenes Gesicht, eine eigene Prägung und eigene Leserschaft. Ganz und gar fällt die größte Bistumszeitung in der Bundesrepublik, "Kirche und Leben", aus dem Rahmen. Mit wöchentlich 200 000 Exemplaren, 80 unterschiedlichen Pfarrei- und acht verschiedenen Regionalausgaben, ist diese Zeitung stark als regionale Zeitung geprägt und verwirklicht bewußt den Charakter einer bistumsbezogenen Zeitung. Dies wissen die Leser offenbar zu schätzen. Die Fluktuation im Jahr liegt bei ca. 5 Prozent.

Der Anteil der "Kirche und Leben"-Leser an der Schicht der sogenannten höheren Gebildeten (Abitur, Universität etc.) ist mit 25 Prozent recht hoch im Vergleich zum Gesamtwert der übrigen Blätter (13 Prozent). Auch haben die Leser dieses Blattes höhere Haushaltsnettoeinkommen und höhere persönliche Einkommen, was Redaktion und Verlag sich zunutze gemacht haben, in dem sie einen vielseitigen Leserservice für die Leser aufgebaut haben. KuL, wie "Kirche und Leben" abkürzend genannt wird, ist deshalb auch mühelos in

der Lage, ein Schiff wie die "Astor" z.B. mit 530 Lesern für eine nicht gerade billige Kreuzfahrt zu besetzen. Die Leser wissen diese Angebote zu schätzen, indem sie hiervon sehr stark Gebrauch machen und die Angebote ihrer kirchlichen Zeitung gegenüber den Angeboten neutraler bzw. weltlicher Reisebüros vorziehen. Die in diesem Jahr zum ersten Mal durchgeführte Ski-Freizeit mit Kursen für Ski-Langlauf und Ski-Alpin hat dazu beigetragen, ganz neue jüngere Leserschichten zu "entdecken".

Eine positive wechselseitige Bindung besteht zwischen der Leserschaft einer Bistumszeitung und dem Mitteln der Leser in kirchlichen Verbänden. Man kann fast davon ausgehen, daß überall dort, wo noch kirchliche Vereinigungen für die Arbeiter, für das Landvolk, für die Frauen und für die Jugend existieren, die Abonnentenschaft relativ stabil erscheint. Dies erklärt auch zu einem großen Teil die gute Situation im Bistum Münster, weil dieses Bistum eine nach wie vor gut organisierte und lebendige Verbandsstruktur hat.

Eine weitere positive Wechselwirkung besteht dort, wo die Leser einer Bistumszeitung noch möglichst viele andere katholische Blätter nutzen. Die oft von manchen Verlegern und Werbern geäußerte Befürchtung, andere katholische Blätter könnten einer Bistumszeitung zu einem unangenehmen Konkurrenten werden, muß mehr oder weniger als Fabel erkannt werden, wenn die Werbung in Absprache mit allen Interessenten (Pfarrei, den Werbern anderer Blätter etc.) durchgeführt wird und dabei von sogenannter "Türdrückerei" Abstand genommen wird.

Sieht man einmal von den außergewöhnlich starken Interesse der Leser am örtlichen kirchlichen Geschehen bzw. am Geschehen in ihrer Region oder im Bistum ab, dann muß man der Leserschaft generell ein hohes Interesse an aktueller Auseinandersetzung mit der Zeit zubilligen. In der Interessenskala obenan stehen Berichte zum Thema "Ehe und Familie", wobei hier die Auseinandersetzungen auch mit den Fragen der "Pille", der Ehescheidung, der Zulassung Geschiedener zu den Sakramenten etc. erwartet werden. An zweiter Stelle stehen Fragen der Schulpolitik, dicht gefolgt von Fragen der Ausländerpolitik. Sehr stark ist das Verlangen nach Stellungnahmen der Amtskirche zu Gegenwartsfragen und nach einem stärkeren Dialog zwischen dem Bischof und der Basis sowie nach einer kompromißlosen Verteidigung der katholischen Grundwerte.

Alle untersuchten Blätter, - vor allem aber das größte aus dem Bistum Münster - kommen dieser Erwartungshaltung nicht so nach, wie es sich die Leser wünschen. Im Vergleich zu früheren Befragungen, die allerdings nicht so umfassend und gründlich waren wie die jetzt durchgeführte, muß man eine Zunahme der kritischen Leser konstatieren. Auch springt man offenbar heute mit dem eigenen Blatt nicht mehr so autoritätsergeben um, wie das in früheren Jahren typisch für die Haltung von Kirchenzeitungslesern war. Urteile wie "zu brav", man spiegele eine "heile Welt" vor, man vertrete einseitig die Meinung der 'Amtskirche' und äußere zu wenig "eigene Meinungen", sind einige Richtpunkte, die in etlichen Redaktionen Anlaß für vermutlich gründliche Neuüberlegungen sein werden.

Doch bei aller geäußerten Kritik, - und das ist wiederum beruhigend und auch bezeichnend für die Situation der Leserschaft - denken jene, die sich am meisten kritisch äußern, am seltensten daran, ihr Blatt abzubestellen. Ja, in der

Regel gehören diese sogar zu den eifrigsten Kirchgängern und zu den ehrenamtlichen Mitarbeitern auf der Ebene der Pfarrei oder in einem katholischen Verband. Offenbar wird an dieser Tatsache doch ein sehr gesunder Wandlungsprozeß hin zum sogenannten mündigen Christen sichtbar, der sich vermutlich nicht nur in der deutschen Kirche niedergeschlagen hat. Und man kann hier nicht genug darauf hinweisen, daß dieser Wandlungsprozeß zum mündigen Christen hin nicht ohne das Zutun der kirchlichen Blätter in diesem Ausmaß möglich gewesen wäre.

Die befragten Nicht-Abonnenten liegen tendenziell auf der gleichen Ebene wie die Abonnenten. Jedoch schlagen die Äußerungen bzw. die Erregungen der Nicht-Abonnenten jeweils heftiger nach oben oder nach unten aus, als bei den Blattlesern. Vielleicht ist es wichtig, darauf hinzuweisen, daß, religiös gesehen, die befragten Nicht-Abonnenten durch die gleichen positiven Merkmale im Hinblick auf den Kirchenbesuch etc. geprägt waren. Bei den Nicht-Abonnenten handelt es sich also nicht um sogenannte "Abständige", sondern ebenfalls um durchaus religiös Aktive, die allerdings sich nicht zum Bezug einer Bistumszeitung bisher entschließen konnten.

Wer, und darüber werden sich natürlich viele Verlagsleiter, Redaktionen und Werber Gedanken machen, die Nicht-Abonnenten für sein Blatt gewinnen will, muß ein größeres Gewicht auf gesellschaftspolitische Themen legen, wie Dritte Welt, Umwelt und auch Ausländerpolitik. Weniger Wert legen die Nicht-Abonnenten auf Vermittlung von Glaubenshilfe, dies aber ist ein beachtlicher Interessenschwerpunkt der Leser des jeweiligen Blattes. Die Nicht-Leser wünschen sich eine stärkere Auseinandersetzung mit den sogenannten fortschrittlichen Tendenzen in der Kirche. Sie beklagen schließlich eine fehlende Meinungsvielfalt.

Diese Klagen, so undifferenziert sie auch sein mögen, spiegeln in der Tat ein gewisses Unbehagen wider, daß sicherlich manches unternommen werden muß, um wieder zu steigenden Auflagen und zu einem möglichst großen Gleichklang zwischen den Zeitungen und ihrer Leserschaft zu gelangen.

Tatenlos ist man bisher in der Bundesrepublik nicht geblieben. Ginge es nicht ums Organisieren, dürfte man kein Deutscher sein. So haben sich relativ kleine Blätter, wie die Bistumszeitungen von Berlin, Hildesheim, Osnabrück und die größere aus Paderborn zu einer Kooperation zusammengeschlossen und produzieren gewisse Seiten gemeinsam. Das senkt natürlich für eine bestimmte Zeit die Kosten. Darüber hinaus hat man einen positiven Schritt unternommen und ein im Kupfertiefdruck-Verfahren gedrucktes Familien-Magazin geschaffen, das vier bis sechs Mal im Jahr den vier Blättern beigelegt wird. Man möchte hierdurch die Attraktivität steigern und gleichzeitig in dieser farbigen Beilage allgemeine Themen behandeln, die dann nicht von den jeweiligen Bistumszeitungen aufgegriffen zu werden brauchen.

Gegenwärtig ist man dabei, mit Hilfe des "Einhard-Verlags" in Aachen, eine eigene Redaktion zu erstellen, die ab April des nächsten Jahres monatlich eine solche Beilage produzieren soll, die man dann einer größeren Anzahl von Bistumszeitungen als Supplement anbieten möchte. Bereitschaft hierzu haben bisher die Bistumszeitungen von Aachen und Freiburg gezeigt. Soll jedoch diese monatlich erscheinende farbige Beilage auch auf dem Anzeigenmarkt durchschlagen, was ja wohl beabsichtigt ist, dann müßte man wohl mit

einer Auflage operieren, die bei einer Million Exemplaren liegt. Doch dieses Ziel scheint noch nicht am Horizont sichtbar zu sein. So attraktiv dieser Plan erscheint -, Diözesanblätter, die eine sehr starke und regionale Einbindung haben, wie zum Beispiel jenes in Münster oder auch andere Blätter in Bayern, sehen die Notwendigkeit, sich an einer solchen Beilage zu beteiligen, einfach deshalb nicht ein, weil durch diese Beilage offenbar kein zusätzlicher Gewinn für eine stärkere lokale und regionale Einbindung erwartet wird.

Andere geben vor zu wissen, das der Beginn einer solchen Beilage vielleicht der Anfang einer schon vor 20 Jahren ins Gespräch gebrachten "Einheitskirchenzeitung" für die gesamte Bundesrepublik sein könnte. Auf dem Papier könnte dann eine Zeitung entstehen, die auf die stolze Auflagenziffer von drei Millionen Exemplaren verweisen kann. Eine solche Einheits-Kirchenzeitung würde dann den Diözesanteil als eingedruckten Sonderteil führen müssen.

Ob dies jedoch der Weisheit letzter Schluß ist, wird von nicht wenigen Sachkennern bezweifelt. Auch stößt man mit einem solchen Vorhaben an jenes kirchliche Selbstverständnis von heute, das eigentlich dazu aufruft, Kirche zunächst einmal in kleinen Bereichen zu verwirklichen und zu leben.

Der "normale" Christ erlebt die Kirche zunächst "vor Ort": in seiner Pfarrei, in seiner Gemeinde, in seiner Stadt, in seiner Umwelt. Es ist schon schwer genug, ein Diözesanbewußtsein unter den Gläubigen zu schaffen. Um wieviel schwerer wird es sein, das Kirchenbewußtsein nun auf einmal bundesweit vermitteln zu wollen.

Vielleicht erinnern alle diese Vorhaben aber auch an den ganz normalen Grundsatz, der manchmal auch heute zu wenig beachtet wird: Zeitungen sollten - auch in der Kirche - von Journalisten und von Verlegern gemacht werden. Nicht einmal an zweiter Stelle sollte man weitsichtigen und raumgreifenden Organisatoren und Strategen das Feld überlassen.