

«Weil wir gemeinsam mehr bewirken»

«Parce qu'ensemble, on va plus loin»

«Poiché uniti siamo più efficienti»



Neuaustrichtung von Kommunikation und Medienarbeit
der katholischen Kirche
auf schweizerischer und sprachregionaler Ebene

Réorientation de la communication et du travail
médiatique de l'Eglise à l'échelon de la Suisse
et des régions linguistiques

Bern, 10.12.2014

Einleitung

Am 6. Januar 2015 übernehmen drei sprachregionale Medienzentren die Verantwortung für die sprachregionale Medienarbeit der katholischen Kirche in der Schweiz. Das ist ein Meilenstein auf einem Weg, der insgesamt mehr als zehn Jahre gedauert hat. Und es ist das Ergebnis eines Projektes, das in den Jahren 2012 bis 2014 sehr viel Zeit, Arbeit, Energie und auch emotionale Kraft gekostet hat. Es war mit unzähligen Sitzungen, Papieren, Auseinandersetzungen und Lösungsvorschlägen verbunden.

Das Ziel konnte erreicht werden,

- weil schon heute in allen Sprachregionen kompetent Medienarbeit geleistet wird
- weil die zuständigen Mitglieder der Schweizer Bischofskonferenz sich aktiv für den Wandel eingesetzt haben
- weil die Römisch-Katholische Zentralkonferenz die Kosten für eine professionelle externe Projektleitung übernommen hat
- weil der Wille, die gewachsenen Strukturen dem gewaltigen Wandel der Medienlandschaft anzupassen, stärker war als die teilweise unterschiedlichen Interessen und die mit jeder Veränderung verbundenen Widerstände.

Bevor die Öffentlichkeit über den «Neustart» in der sprachregionalen Medienarbeit der katholischen Kirche informiert wird, wurden am 10. Dezember 2014 wichtige interne Anspruchsgruppen über die Neuausrichtung der Medienarbeit informiert. Darüber hinaus ging es um

- Aussensichten auf die Chancen und Erwartungen, die mit der Reorganisation verbunden sind
- Rückblick auf den zurückgelegten Weg, verbunden mit Dank und Anerkennung für geleistete Arbeit
- Vernetzung, Gespräche und informelle Begegnungen.

Nachfolgend dokumentieren wir die Kurzreferate, die sichtbar machen, welches die Gründe und Hintergründe für die Reorganisation waren, wo die katholische Medienarbeit steht und welche Herausforderungen auf sie zukommen.

Inhaltsübersicht

- Mgr. Prof. Dr. Peter Henrici SJ, em. Weihbischof des Bistums Chur und Medienbischof der SBK Kirche und Kommunikation – Anstösse aus dem Pastoralplan Kommunikation und Medien der SBK von 1999.
- Mgr. Alain de Raemy, Weihbischof des Bistums Lausanne-Genf-Freiburg und Medienbischof der SBK Erste Impressionen eines Medienbischofs von der Medienlandschaft und von der kirchlichen Medienarbeit in der Schweiz
- P. Martin Werlen OSB, ehemaliger Abt des Klosters Einsiedeln und Medienverantwortlicher der SBK Was macht kirchliche Medienarbeit zukunftsfähig?
- Bernard Litzler, Direktor Cath-Info Lausanne Oekumene und Engagement im Service public als Konstanten im Wandel
- Dr. Christina Vonzun, Direktorin ComEc Lugano In der italienischsprachigen Schweiz hat die Zukunft schon begonnen
- Dr. Charles Martig, Direktor des katholischen Medienzentrums Zürich Alle Wege führen zum katholischen Medienzentrum – eine Vision nimmt Gestalt an
- Dr. Daniel Kosch, Generalsekretär der RKZ und Geschäftsführer der Projektadministration FO/RKZ Dank und ein Hinweis in eigener Sache

Introduction

Dès le 6 janvier 2015, les trois centres médias régionaux nouvellement créés prendront la responsabilité du travail médiatique de l'Eglise en Suisse. Cette date constituera une étape marquante dans un cheminement entamé voilà plus de dix ans. Mais elle symbolisera aussi l'aboutissement d'un projet qui, au cours des années 2012 à 2014, aura demandé beaucoup de travail et d'énergie psychique en raison des innombrables séances, documents, discussions et recherches de solutions qu'il a impliqués.

Le but visé a pu être atteint

- parce qu'aujourd'hui déjà, un travail médiatique de qualité est fourni dans toutes les régions linguistiques
- parce que les membres de la CES responsables des médias ont soutenu activement le processus de transformation
- parce que la Conférence centrale catholique romaine a pris en charge les coûts engendrés par une conduite professionnelle du projet confiée à l'extérieur
- parce que la volonté d'adapter les structures aux mutations intervenues dans le paysage médiatique a été plus forte que les divergences d'intérêt et les résistances inhérentes à tout changement.

Avant que le public ne soit informé du «nouveau démarrage» du travail médiatique de l'Eglise catholique, la rencontre du 10 décembre voulait mettre au courant de la réorientation arrêtée les cercles internes importants concernés. Au-delà de ces informations, il s'agissait

- d'évoquer les chances que recèle la réorganisation
- de jeter un coup d'œil rétrospectif sur le chemin parcouru et d'exprimer de la reconnaissance pour le travail accompli
- de favoriser l'établissement de liens et d'échanges informels.

Cette documentation contient les interventions qui expliquent les raisons et les conditions cadre de la réorganisation, et qui donnent une impression des défis, avec lesquels les activités médiatiques de l'Eglise catholique est confrontée aujourd'hui et dans le futur.

Contenu

- Mgr. Prof. Dr. Peter Henrici SJ, ancien Evêque auxiliaire du diocèse de Coire et responsable de la CES pour le domaine des médias : Eglise et communication pistes de réflexion tirées du Plan pastoral de la communication et des médias de la CES de 1999
- Mgr. Alain de Raemy, Evêque auxiliaire du diocèse de Lausanne, Genève et Fribourg et responsable de la CES pour le domaine des médias : Paysage médiatique et travail médiatique de l'Eglise en Suisse – premières impressions d'un évêque des médias
- Abbé Martin Werlen OSB, ancien Père-Abbé d'Einsiedeln et responsable de la CES pour le domaine des médias : Qu'est-ce qui permettra au travail médiatique de l'Eglise de relever les défis de l'avenir
- Bernard Litzler, Directeur Cath-Info, Lausanne : L'œcuménisme et l'engagement dans le service public, des constantes dans le changement
- Dr. Cristina Vonzun, Directrice ComEc, Lugano : En Suisse italienne, le futur a déjà commencé
- Dr. Charles Martig, Directeur Katholisches Medienzentrum, Zurich : Tous les chemins mènent aux centres médias Charles Martig catholiques – une vision prend forme
- Dr. Daniel Kosch, Secrétaire général de la RKZ et Chef de l'administration des projets AdC/RKZ
Remerciements et informations concernant le nouveau concept de communication de la RKZ

1 Kirche und Kommunikation –

Anstösse aus dem Pastoralplan Kommunikation und Medien der SBK von 1999.

Mgr. Prof. Dr. Peter Henrici SJ, em. Weihbischof des Bistums Chur und Medienbischof der SBK



Ich wurde gebeten, in einem Rück-Blick zu erklären, wie der Pastoralplan Kommunikation und Medien von 1999 Anstoss gegeben hat zu den nachfolgenden Entwicklungen. Das kann ich nur bis zum Jahre 2009 tun und auch da nur aus der Erinnerung, weil ich seither nicht mehr in der Medienarbeit bin und auch die Unterlagen aus jenen Jahren nicht mehr besitze.

Damals trug ein päpstliches Schreiben über die Medien einmal den Titel: "Die rasche Veränderung". Tatsächlich hat sich in den letzten fünfundzwanzig Jahren die Medienwelt tiefgreifend und immer rascher verändert. Auslöser dieser immer noch fortschreitenden Veränderungen ist die Entwicklung der Kommunikationstechnologie: neue Datenträger, Digitalisierung, Internet usw. Damit hat sich auch die Medienkommunikation tiefgreifend verändert, von der Zeitung zur Elektronik, von den sogenannten Massenmedien zu den Sozialmedien, von der Einweg- zur Zweiwegkommunikation.

Damals trug ein päpstliches Schreiben über die Medien einmal den Titel: "Die rasche Veränderung". Tatsächlich hat sich in den letzten fünfundzwanzig Jahren die Medienwelt tiefgreifend und immer rascher verändert. Auslöser dieser immer noch fortschreitenden Veränderungen ist die Entwicklung der Kommunikationstechnologie: neue Datenträger, Digitalisierung, Internet usw. Damit hat sich auch die Medienkommunikation tiefgreifend verändert, von der Zeitung zur Elektronik, von den sogenannten Massenmedien zu den Sozialmedien, von der Einweg- zur Zweiwegkommunikation.

Pastoralplan Kommunikation und Medien (1999)

Mit gemessen langsamen Schritten ist auch das kirchliche Medienwesen daran, sich dieser veränderten Situation anzupassen. In der Schweiz waren das drei wichtige Schritte, an die ich hier erinnern möchte. In einem ersten Schritt kam die bischöfliche Medienkommission - ein Geschöpf der Synode '72 - überein, dass ein neuer Pastoralplan Medien erstellt werden muss. Im Dokument *Aetatis novae* von 1988 (das ein Update der nachkonziliären Instruktion *Communio et progressio* sein wollte) hatte der Päpstlichen Medienrat allen Diözesen einen solchen Pastoralplan empfohlen, wenn nicht gar vorge-schrieben. Wir waren uns einig, dass nur ein gesamtschweizerischer Plan in Frage kam; doch bei dessen Ausarbeitung zeigten sich die sprachregionalen Unterschiede immer deutlicher, ja sie erwiesen sich geradezu als unüberwindlich. Der Pastoralplan, weitgehend ein Werk von P. Willi Anderau, wurde im Oktober 1999 von der Bischofskonferenz veröffentlicht, und er ist heute schon weitgehend überholt.

Ihm gingen jedoch einige Konsultationen voraus, u.a. mit Herrn Rickenbacher, und vor allem eine umfassende und detaillierte Bestandesaufnahme. Diese Bestandesaufnahme gab wohl den wichtigsten Anstoss für die darauf folgenden Entwicklungen. Tatsachen haben mehr Wirkkraft als Überlegungen. Zwei auch für Kenner der Szene erstaunliche Tatsachen zeigten sich: Für Medienarbeit wurde und wird in der katholischen Schweiz jährlich mehr ausgegeben als vermutet, nämlich rund 17 Millionen in der Deutschschweiz (genau 16'981'684.- Franken) und fast 8 Millionen in der Westschweiz (genau 7'759'000.- Franken), das machte zusammen rund 25 Millionen Franken pro Jahr. Das Erstaunliche war nun, das 72, bzw. 73% dieser Mittel in die gedruckte Presse flossen und nur 1% ins Internet und auch das nur in der Deutschschweiz, obwohl das Internet damals schon recht entwickelt war. Vom Tessin liegen mir keine Zahlen vor; der Polentaberg, alias Gotthard, erweist sich auch auf diesem Gebiet als mindestens ebenso wichtige Wasserscheide wie der Röstigraben.

Das weist auf die zweite Tatsache hin, die die Bestandesaufnahme bestätigte, und die sich in den folgenden Jahren als immer noch wichtiger erwies: Die Mediensituation ist sprachregional so verschieden, dass an eine gesamtschweizerische Lösung gar nicht zu denken ist. In der Westschweiz und im Tessin hat die Kirche z.B. einen direkten Zugang zum staatlichen Radio und Fernsehen, was in der Deutschschweiz undenkbar ist. Deshalb werden jetzt auch drei sprachregionale Medienzentren gegründet und nicht ein gesamtschweizerisches. Darüber hinaus zeigte die Bestandesaufnahme eine fast unglaubliche Verzettlung der katholischen Medienarbeit in der Schweiz. Das meiste geschieht lokal, an der Basis, und nicht auf höherer Ebene, und die Pfarrblätter waren und sind wohl immer noch das wichtigste kirchliche Kommunikationsmittel. Diese grundlegende Einsicht liess uns, wenn auch noch zögerlich, mehr Koordination und Zusammenschluss fordern.

In Punkt 6.3 hiess es so im Pastoralplan: "Damit die kirchlichen Medienorganisationen sich in den historisch gewachsenen, dezentralen Strukturen nicht nicht verzetteln, braucht es eine koordinierende Planung und Steuerung, sowohl auf nationaler wie auch auf sprachregionaler Ebene." Als Koordinationsorgane wurden genannt: Auf nationaler Ebene die "Medienkommission in Zusammenarbeit mit der gemischten Expertenkommission von Fastenopfer/RKZ", für die Deutschschweiz der Katholische Mediendienst und die Arbeitsgemeinschaft für Pfarrblattredaktoren; in der französischen Schweiz war ein Koordinationsorgan erst noch zu schaffen, während "in der italienischen Schweiz... die sprachregionale 'Commissione dei media' [bestand], die diese Aufgabe zusammen mit CCRTV wahrnimmt". In Nummer 7 konnten wir dann unter den "Folgerungen für die in der Medienarbeit tätigen Organisationen" unter c) die Nutzung von "Synergien mit verwandten Institutionen" fordern: "z.B. in der Zusammenarbeit zwischen Agenturen, Printmedien und Lokalradioredaktionen".

Im Bewusstsein, wie heikel diese dem helvetischen Föderalismus zuwiderlaufenden Forderungen sein würden, hatten wir schon vorher, unter den "Kriterien zur Beurteilung der kirchlichen Medienorganisationen" etwas Goodwill zu machen versucht, indem wir nach den Kriterien von Relevanz, Wirkungsgrad und Professionalität unter 5.5 schrieben: "Die verschiedenen Niveaus... sind komplementär und schliessen sich nicht gegenseitig aus. Nationale Medienarbeit dient auch der lokalen Kirche. Umgekehrt darf durch die lokalen und regionalen Bedürfnisse die überregionale Solidarität nicht vernachlässigt werden..."

Paprika – Pastorale Prioritäten und finanzielle Realitäten (2002-2005)

Dieses Medienpapier blieb, wie die meisten solchen Papiere, zunächst einmal Papier. Damit wirklich etwas geschah, brauchte es wirksamere Anstösse, und diese kamen, in einem zweiten Schritt, nicht unerwartet von finanzieller Seite. Von 2002-2005 tagte die Arbeitsgruppe "PaPriKa": "Pastorale Prioritäten und finanzielle Realitäten im Bereich gesamtschweizerischer Projekte der Katholischen Kirche in der Schweiz". In ihr waren neben der Bischofskonferenz und ihrer Pastoralplanungskommission die mitfinanzierenden Organismen vertreten: das Fastenopfer, die Inländische Mission, die Römisch-katholische Zentralkonferenz und die Gemischte Expertenkommission Inland. Die Arbeitsgruppe hatte zu überlegen, wie mit schwindenden Mitteln wachsende Aufgaben finanziert werden können. Dabei stand auch die Medienarbeit mit ihrem wachsenden Bedarf immer im Blick. Unter den Prioritäten wurde an vierter und letzter Stelle unter dem Titel "Dialogisch Kirche sein - am Netzwerk der Kommunikation arbeiten" eine "Verstärkung der Kommunikation innerhalb des Netzwerkes Kirche und zwischen der Kirche und ihrem gesamtgesellschaftlichen Umfeld" gefordert und damit auch eine Förderung der Medienpastoral und der darin arbeitenden Personen.

Weil die Medienarbeit, von der Bischofskonferenz aus gesehen, zum Bereich "Kirche und Welt" gehört, wurde sie im Massnahmenenteil erst am Ende (aber vielleicht gerade deswegen gut sichtbar) behandelt. Vier Massnahmenpakete wurden genannt, von den uns hier das zweite interessiert. Für die "Kirchliche Medienarbeit" wurde u.a. gefordert: "Um den raschen technischen Wandel und die damit verbundenen hohen Kosten im Bereich der Infrastruktur tragen zu können und um die Kräfte zu bündeln, ist der Weg der Zusammenlegung der im Medienbereich tätigen Institutionen weiterzugehen". Das gab den ersten Anstoss zu den jetzt realisierten Medienzentren. Verstärkt wurde dieser Anstoss durch eine konkrete Forderung: "Die Bischofskonferenz beauftragt eine externe Fachperson, in Zusammenarbeit mit dem Medienbischof und unter dem Beizug von Fachpersonen aus der kirchlichen Medienarbeit, die gesamte Frage der Beschaffung und Verbreitung von Informationen über die Kirche und in der Kirche zu analysieren und einen Vorschlag für eine Neudefinition des Auftrags und der Arbeitsweise sowie des Finanzbedarfs zu entwickeln. Ziel sind übergreifende sprachregionale Strukturen, die sämtliche Medienkanäle... einbinden."

Informationsflüsse in der katholischen Kirche: Berichte von R. Jacobi und Jean-Paul Rüttimann

Damit komme ich zum dritten und letzten in Schritt in meiner Berichtsperiode; Wir fanden die geforderte "externe Fachperson" in Dr. Reinhold Jacobi von der deutschen kirchlichen Medienzentrale, der nach eingehenden Interviews seinen "Jacobi-Bericht" ablieferte: "Informationsflüsse der katholischen Kirche in der Schweiz. Befunde, Analysen, Optionen". Der Jacobi-Bericht betraf vor allem die Deutschschweiz; für die französische und die italienische Schweiz verfasste dann Jean-Paul Rüttimann zwei entsprechende Berichte. Auf Grund dieser Berichte erliess die Bischofskonferenz dann am 5. Juni 2008 eine "Erklärung über die Bedeutung der kirchlichen Medienarbeit". Alle drei Berichte, wie auch der PaPriKa Schlussbericht sind im Internet abrufbar.

Es blieb aber nicht bei den theoretischen Erklärungen. Eine erste praktische Massnahme drängte sich auf: Die Zusammenführung zwischen der KIPA und dem Katholischen Mediendienst, welche die Übersiedelung der KIPA nach Zürich nötig machte - und damit ihre räumliche Trennung von der APIC. In allen Bestandesaufnahmen und Berichten hatte sich nämlich immer deutlicher gezeigt: Die KIPA sammelt und redigiert als Agentur Informationen, diese erreichten aber immer weniger Destinatäre. Auf der andern Seite baute der Mediendienst Kommunikationsinstrumente auf, zuerst das Zoom-radio, dann das Internet, die Informationen suchten, welche sie verbreiten konnten. Doch darüber wird Charles Martig wohl gleich noch mehr zu sagen haben.

Auf Planungsebene wurde nach den drei Berichten Jean-Paul Rüttimann der Auftrag erteilt, auf Grund der gewonnenen Erkenntnisse einen "Businessplan für die Weiterentwicklung der Kommunikations- und Medienarbeit der katholischen Kirche in der Schweiz" zu erstellen, der zeitlich und finanziell genau definierte Schritte festlegen sollte. Dieser Businessplan, den ich Ihnen hier nicht mehr vorzustellen habe, hat wohl wesentlich zur Errichtung sprachregionaler Medienzentren beigetragen. In seinem Umsetzungsplan 2009-2012 hat er nämlich als mit der Umsetzung zu Beauftragende immer wieder mehrere Medienstellen zugleich genannt. Das aber geht über meine Berichtsperiode hinaus, und so übergebe ich das Wort den folgenden Rednern, die diese Entwicklung mitgestaltet haben.

2 Paysage médiatique et travail médiatique de l'Eglise en Suisse – premières impressions d'un évêque des médias

Mgr. Alain de Raemy, Evêque auxiliaire du diocèse de Lausanne, Genève et Fribourg et responsable de la CES pour le domaine des médias :



« Quand je prends une décision à chaud, selon mes trippes, il m'arrive ensuite de le regretter, de regretter ne pas avoir pris du recul avant de décider, avant de trancher. »

C'est à peu près dans ces termes que le pape François a décrit dans une interview publiée au tout début de son pontificat, son expérience du gouvernement. Je ne voudrais pas commettre la même erreur.

Je n'ai pas encore une année d'épiscopat, il n'y a même pas 9 mois que je suis responsable du dicastère des médias à la Conférence des évêques suisses. Je ne suis donc pas encore vraiment né dans ce monde-là... Alors, que peux vous dire « l'avorton que je suis », pour reprendre une expression de saint Paul ? Mais comme le pape François considère, par ailleurs, qu'il vaut mieux se tromper que de ne rien dire ou de ne rien faire -on sait qu'il préfère une Eglise bles-

sée par son courage qu'anesthésiée par son inertie- je vous soumetts, je soumetts à votre jugement d'experts, trois petites observations que j'ai pu faire à mon poste à ce jour.

1. Beaucoup de recherche d'efficacité mais pas assez d'originalité ...
2. Accent œcuménique trop exclusif ...
3. Lois du marché et conseils évangéliques...

Première observation : beaucoup d'efficacité mais pas assez d'originalité.

Soyons plus précis : d'une part, oui, on mise beaucoup sur la recherche de l'efficacité, de l'efficacité journalistique... Et c'est bien. Notamment dans l'interaction avec la radio et télévision d'Etat, les conditions d'engagement, la formation permanente, le soin donné au label journalistique se doivent d'assurer notre crédibilité dans le milieu. J'ai l'impression que l'on porte une grande attention à cette recherche d'efficacité journalistique, de professionnalisme et de liberté du métier. Mais, à mon humble avis, on ne soigne pas avec le même intensité l'originalité, l'originalité chrétienne. À force de vouloir être toléré, accepté ou homologué, et de pouvoir être reconnu dans le milieu, je crains que l'on perde la saveur du message et de l'originalité chrétienne dans toute sa force... Beaucoup plus libres, beaucoup plus directs, beaucoup plus différents du politico-médiatico correct, me semblent par contre le journalisme d'une chaîne KTO ou d'une radio fisherman... Ils ont, eux, toute la liberté d'être plus originellement et originalement chrétiens. Mais je sais bien que ce sont des approches différentes, complémentaires qui touchent des publics différents, ou mieux : une même personne mais à des stades différents de son ouverture religieuse.

Je souhaiterais néanmoins que l'originalité chrétienne soit au moins tout aussi soignée -depuis le choix des personnes jusqu'aux contenus de la formation permanente qui leur est offerte- tout aussi soignée que l'efficacité journalistique, indispensable elle aussi. Pour que notre présence ait un sens, tout son sens, sans auto-mutilation. Pour que nous ne soyons pas ce que le Pape François appellerait une ONG de l'information parmi d'autres...

Deuxième observation : je constate un accent œcuménique trop exclusif.

Je m'explique. Je ne suis pas en train de dire, qu'on ne fait que de l'œcuménisme ou que nous serions trop œcuméniques. Non. On n'en fera jamais assez, on le sera jamais assez, tant que ce sera en vérité. Mais nous ne sommes pas assez largement œcuméniques. Notre vision œcuménique est trop partielle. En quelque sorte exclusive. Je veux dire que c'est une attention trop fixée, arrêtée, focalisée sur les Eglises nationales issues de la Réforme. Bien sûr, vu notre histoire, c'est compréhensible. Mais je me demande quand-même : ne sommes-nous pas trop exclusifs en ce sens ? Sommes-nous assez ouverts, nous catholiques et eux protestants, aux nombreuses nouvelles communautés évangéliques foisonnantes, ici chez nous, partout ? Je sais que le contact avec elles n'est pas toujours simple, Et que souvent elles ne le souhaitent même pas. Mais nous, nous voulons informer, et informer de manière complète, n'est-ce pas ? Et c'est intéressant de constater que ces communautés évangéliques, de leur côté, viennent toujours plus nombreuses frapper à la porte du Conseil pontifical pour la promotion de l'Unité des Chrétiens au Vatican..., dixit notre cardinal Kurt Koch, chef de ce dicastère romain. Il faudrait donc vraiment une plus large implication dans notre information de toute la réalité œcuménique internationale, Eglises orthodoxes et anglicanes y comprises, avec également toute la richesse catholique des rites d'Orient désormais répandus dans toute l'Europe aussi, par l'immigration tragique de ces derniers temps. Je crois qu'il n'y a pas d'autre manière de bien comprendre le point de vue catholique, que dans une perspective chrétienne universelle...

Je pense que notre portail internet devrait se permettre d'ouvrir notre public également, dans une concertation à chercher avec elles, à ces autres réalités qui se veulent aussi chrétiennes que les Eglises évangéliques réformée, l'Eglise catholique-chrétienne ou notre bonne vieille et si jeune Eglise catholique, dite romaine...

Troisième observation : les lois du marché ou les conseils évangéliques...

Je vous avoue avoir été choqué par la manière dont l'information du départ du Commandant de la Garde Suisse a été traitée, par certains de nos médias catholiques en Suisse. La loi du marché semble l'avoir emporté sur celle de l'évangile... Comment peut-on répandre des informations partielles puisées à des sources tout aussi invérifiables, qui mettent en cause la bonne foi et l'honneur d'un homme et de sa famille à tout jamais... ? La correspondante de la télévision suisse-romande à Rome, elle, s'est abstenu de tout commentaire, ayant bien pressenti que les choses étaient pour le moins peu claires...

Je ne pense pas me tromper en disant que la course légitime aux nouvelles, devrait être tout autant, dans notre travail médiatique catholique, une course à la vérité. Et tant que la course à la vérité n'est pas gagnée celle au marché doit patienter. Et tant que nos informations sont encore trop entachées de rumeurs, ragots, médisances et autres émotions, nous devrions être les premiers, les premiers à renoncer au marché pour en rester aux conseils évangéliques, valables pour l'éternité. Et nous savons tous qu'un correctif, même s'il sort de la bouche d'un pape bien-aimé, n'aura jamais la même efficacité que le scoop à tout jamais diffusé.

Conclusion

Chers amis, vous me direz en quoi mes premières impressions sont trompeuses. Et moi je vous dis, combien ces observations critiques et bienveillantes à la fois, se veulent une contribution à ce que je crois :

je crois

- qu'il vaut la peine de participer au service public aux conditions du service public pour un plus large public,
- qu'il vaut la peine de diffuser la liturgie et la prière partout où c'est possible,
- qu'il vaut la peine d'être œcuménique pour autant que ce soit vraiment universel,
- qu'il vaut la peine de se laisser dépasser si c'est par respect pour l'évangile,
- et qu'il vaut la peine de se réjouir que d'autres moyens que les nôtres proclament l'évangile sans complexe.

Et enfin un immense merci, de la part de tous les évêques et les abbés territoriaux de notre pays, à chacun des membres de nos nouveaux centres médiatiques, et de leurs associations de soutien, pour ce travail minuté, quotidien, dans lequel aujourd'hui est déjà demain.

Courage et foi. Foi et courage. Et ça ira ! Pour la gloire de Dieu qui aime l'homme, et de l'homme qui est fait par Dieu et pour Dieu.



Teilnehmende am Anlass vom 10. Dezember, 1. Reihe v.l.n.r. : Mgr. Peter Henrici, Daniel Kosch, Iwan Rickenbacher, Charles Martig, Bernard Litzler, P. Martin Werlen.

3 Was macht kirchliche Medienarbeit zukunftsfähig ?

P. Martin Werlen OSB, ehemaliger Abt des Klosters Einsiedeln und Medienverantwortlicher der SBK



„Die Kirche sind wir alle! Wir alle, die Getauften, sind die Kirche, die Kirche Jesu. Alle, die Jesus, dem Herrn, nachfolgen und die in seinem Namen den Geringsten und den Leidenden nahe sind und die versuchen, etwas Erleichterung, Trost und Frieden zu spenden. Alle, die das tun, was der Herr uns geboten hat, sind die Kirche.“

Werte Getaufte, nichts ist hier von den Konfessionen gesagt, nichts von Papst und Bischöfen. Neben der Bedeutung der Taufe wird das Fraktionendenken, ja werden sogar die Priesterweihe oder die Bischofsweihe fast zu einer Nebensache. Wenn wir die Bedeutung der Taufe ernstnehmen, dann ist klar: Die Kirche sind wir alle! Die eingangs zitierten Worte sind von Papst Franziskus, aus der Ansprache bei der Generalaudienz am 29. Oktober 2014.

Soll kirchliche Medienarbeit zukunftsfähig sein, muss sie in dieser Berufung gründen: Die Kirche sind wir alle! Wir alle, die Jesus nachfolgen und in seinem Namen den Geringsten und den Leidenden nahe sind und die versuchen, etwas Erleichterung, Trost und Frieden zu spenden. Mit anderen Worten: Kirchliche Medienarbeit ist zukunftsfähig, wenn sie in der Nachfolge Jesu Christi steht. Das wird einigen nun wohl doch zu fromm tönen. Warum? Weil wir ein Bild dieser Nachfolge verinnerlicht haben, das mit der Nachfolge Christi nicht mehr viel zu tun hat. Was könnte Nachfolge Christi für Menschen heissen, die in der kirchlichen Medienarbeit engagiert sind? Ich möchte das kurz in drei Blicken auf Jesus Christus darlegen.

Jesus Christus ist bei den Menschen und begegnet ihnen nicht von oben herab

Die Sehnsucht der Menschen nach Jesus Christus war gross. Davon hören wir in der Heiligen Schrift immer wieder. Und heute? Sehnen sich die Menschen nach Jesus Christus? Und nach einer Kirche, die diesen Jesus Christus verkündigt? Darauf antworte ich aus eigener Erfahrung: Ja, klar! Dass die Kirche interessiert sehe ich zum Beispiel jeden Tag im Medienspiegel auf kath.ch. Die Infos zu den vielen Artikeln sind selten direkt von kirchlichen Quellen eingespeist. Gerade dieser Umstand verdeutlicht zudem das Interesse der Menschen, aber auch das Potential für Kommunikation und Medienarbeit der Kirche.

Für kirchliche Medienarbeit ist dies ein Aufruf, mit offenen Augen und aufgeschreckten Ohren durchs Leben zu gehen; wie Jesus Christus selbst den Menschen nicht von oben herab begegnen, sondern mit den Menschen auf dem Weg sein. Der wirklich glaubende Mensch sitzt nicht hoch oben auf einem Berg in einer Festung, die von allen Seiten angegriffen wird und von der aus er in Überheblichkeit die anderen verurteilt. Denken wir an den barmherzigen Samariter, der den Menschen von der Strasse aufhebt und für ihn sorgt – im Gegensatz zum jüdischen Priester und zum Leviten (vgl. Lk 10,30-37). Oder denken wir an die Szene der Fusswaschung beim letzten Abendmahl (vgl. Joh 13,1-20). Diese Haltung Jesu, die zur Glaubenssubstanz gehört, kommt in der Medienarbeit heute in besonderer Weise in den Social Media zum Ausdruck: Mit den Menschen auf dem Weg sein, nicht von oben herab, sondern auf Augenhöhe, mit ihnen im Dialog.

Jesus Christus hat eine Autorität, die aufrichtet und wachsen lässt

Gott überrascht. Dort, wo im Glauben und in der Kirche alles klar ist, dort haben wir es nicht mit dem lebendigen Gott zu tun. Wir sind nur dann wirklich auf Gott Hörende und Glaubende, wenn wir uns immer wieder überraschen lassen. Das gilt auch für die kirchliche Medienarbeit.

Wer Jesus Christus begegnet, wird überrascht. Dabei werden Menschen nicht fertig gemacht, sondern aufgerichtet. Ihnen wird eine neue Weite geschenkt – wenn sie dafür bereit sind. Das gilt auch heute: Wer im Glauben voranschreitet, dem weitet sich das Herz (hl. Benedikt). Die Weite des Herzens in all seinen Dimensionen, das meint auch der Begriff „katholisch“. Es ist eine besondere Herausforderung für kirchliche Medienleute, „katholisch“ wieder wirklich katholisch ertönen zu lassen. Wer im Glauben voranschreitet, dem weitet sich das Herz – das ist nicht etwa Gleichgültigkeit, wie das eingebilddete Festungsbewohner leicht vermuten, sondern Sein und Handeln aus lebendiger Beziehung mit Gott, der da ist, selbst in den tiefsten Niederungen der Menschen. Das ist nicht Anpassung an den Zeitgeist, sondern Nachfolge Christi. Davon legt kirchliche Medienarbeit Zeugnis ab, wenn sie einen weiten Blick hat, der nicht festnagelt, sondern aufrichtet und wachsen lässt.

Jesus Christus bringt das Falsche ans Licht und lobt das Gute

Die bereits erwähnte Erzählung vom barmherzigen Samariter ist ein grossartiges Beispiel für kirchliche Medienarbeit. Sie hat nicht die Aufgabe, die Kirche ins gute Licht zu stellen. Ihre Aufgabe ist es, Kirche zu sein und die Kirche ins richtige Licht zu stellen. Dazu gehört auch, das Falsche anzusprechen und ans Licht zu bringen. Selbstverständlich nicht um dabei stehenzubleiben, sondern im Gegenteil: um nicht dabei stehenzubleiben. Die kritische Haltung Jesu gegenüber den religiösen Führern seiner Zeit darf auch die kirchlichen Medienleute auszeichnen. Das Beispiel vom Pharisäer und vom Zöllner, das Jesus denen erzählte, die von ihrer eigenen Gerechtigkeit überzeugt waren und die anderen verachteten, spricht da Bände (vgl. Lk 18,9-14). Genauso wie Jesus wollen wir aber auch das Gute loben. Das scheinen wir manchmal zu fürchten wie der Teufel das Weihwasser. Vor kurzer Zeit wurde ich gebeten, einen Artikel zum Weihnachtsfest zu schreiben. Das habe ich getan, mit dem Titel: „Das Weihnachtswunder von Illgau“. Der Redaktor des Pfarrblatts war nicht ganz zufrieden. Er schrieb mir: „Wenn Sie das Beispiel von Illgau nehmen ist das schon gut, noch besser allenfalls anonymisieren, dass nicht der Neid der Urner und der andern Schwyzer aufkommt.“ Die Reaktion des Redaktors hat mich überrascht, aber sie ist verständlich. Er hat ein Problem wahrgenommen, das tatsächlich vieles in der Kirche schwächt und bremst: Alles soll soweit anonymisiert werden, damit kein Neid aufkommt oder niemand sich betroffen fühlt. Unter dieser Schwäche litt Jesus Christus nicht. Er nannte die Dinge beim Namen. Auch kirchliche Medienarbeit darf nicht der Angst erliegen, die Dinge beim Namen zu nennen.

Kirche ist mehr – Gott sei Dank

Liebe Getaufte, was macht kirchliche Medienarbeit zukunftsfähig? Die Entdeckung unserer Berufung und das Leben dieser Berufung als Verantwortliche in der Medienarbeit! *„Die Kirche sind wir alle! Wir alle, die Getauften, sind die Kirche, die Kirche Jesu. Alle, die Jesus, dem Herrn, nachfolgen und die in seinem Namen den Geringsten und den Leidenden nahe sind und die versuchen, etwas Erleichterung, Trost und Frieden zu spenden. Alle, die das tun, was der Herr uns geboten hat, sind die Kirche.“* So wird wahr, was das Zweite Vatikanische Konzil über die Kirche in der Welt von heute sagt: *„Freude und Hoffnung, Trauer und Angst der Menschen von heute, besonders der Armen und Bedrängten aller Art, sind auch Freude und Hoffnung, Trauer und Angst der Jünger Christi“ (Gaudium et spes, 1).* Kirche ist mehr – Gott sei Dank! Das darf kirchliche Medienarbeit bezeugen – drinnen und draussen.

4 L'œcuménisme et l'engagement dans le service public, des constantes dans le changement

Bernard Litzler, Directeur Cath-Info, Lausanne



«Jésus est un chemin de bonheur pour l'homme...»: Voici la bonne nouvelle que le monde attend... «Jesus ist der Weg des Glücks des Menschen». On dit souvent que les églises sont vides. Peut-être... et encore! Si les églises se vident, par contre, les parvis sont pleins. Pleins de monde, pleins de «décus» des Eglises ou de distants. Mais ces personnes-là regardent vers l'intérieur, car ils savent, par intuition, par expérience parfois, par héritage souvent, que le Christ est un chemin de bonheur...

Alors comment **le service public suisse**, assumé par la SSR, rend-il compte de cette espérance qui habite le cœur des chrétiens? Et pourquoi assume-t-il cette mission?

La SSR a pour mission, je cite, «de promouvoir la compréhension, la cohésion et l'échange entre les différentes régions du pays, les communautés linguistiques, les cultures, les religions et les groupes sociaux», selon l'art. 2 de la concession octroyée le 28 novembre 2007. La compréhension, l'échange... des mots forts pour une mission qui fait partie de l'essence même de l'esprit suisse.

Favoriser la cohésion et l'échange, c'est justement ce que font les canaux de la RSI, de SRF et de la RTS. **Cohésion et échange en matière religieuse**, cohésion et échange intra-chrétien. Au moment où l'œcuménisme institutionnel semble marquer le pas, les trois régions linguistiques, de Suisse diffusent, à la radio et à la TV, des émissions religieuses, vaille que vaille:

- En Suisse italienne, *Chiese in diretta*, magazine de 20 minutes sur RSI ReteUno le dimanche matin à 8.30, magazine œcuménique.
- En Suisse alémanique, est produit œcuméniquement le fameux *Wort zum Sonntag*, le samedi soir à 19.55 sur SRF 1, qui a récemment fêté ses 60 ans d'existence. A part cela, il y a les Gottesdienste, les offices religieux ou les homélies radio, sur SRF 1 et Radio SRF 2 Kultur et SRF Musikwelle.
- En Suisse romande, sont produites œcuméniquement 7 heures 10 minutes de programmes par semaine. Il y a les offices religieux, tous les dimanches à la radio, sur RTS Espace 2 et 30 fois par an à la télévision, sur RTS Un. Pour les magazines religieux, nous avons une situation inédite avec une rédaction œcuménique en charge des magazines *Hautes Fréquences* sur RTS La Première le dimanche à 19h, *Juste Ciel* tous les jours à 6h28 sur RTS La Première, *A vue d'esprit* tous les jours de la semaine de 16h30 à 17h sur Espace 2. Pour la TV, *Faut pas croire* le dimanche à 12h05 et *Dieu sait quoi* le dimanche à 10h. Ces émissions produites de manière œcuménique ont obtenu en 2013 le Label Oecumenica décerné par la Communauté de travail des Eglises chrétiennes (AGCK).

Muss es immer so bleiben? Ces programmes doivent-ils rester indéfiniment ainsi? Non...

Car les exigences du service public évoluent. Et les demandes du public également. Notre monde qui connaît le prix de la sécularisation et de l'individualisation croissante méconnaît de plus en plus la va-

leur du service public radio et TV. Et tout ce qui est service public est de plus en plus évalué à hauteur des coûts qu'elle génère plutôt que du service rendu à la population.

La SSR fait la Suisse et continue de la faire dans les liens qu'elle tisse, l'audience qu'elle acquiert, les jalousies qu'elle fait naître, preuve de sa mission remplie.

Alors entre la SSR et les centres de médias catholiques, même combat? Oui, en partie...

Le service rendu en termes d'émissions religieuses, sous toutes ses formes, est un service œcuménique. Car nous sommes en Suisse. Et le modèle français, par exemple, de découpage des émissions religieuses du dimanche sur France 2 (télé) ou France Culture (radio) n'est pas dans la culture suisse du consensus.

L'Eglise catholique et l'Eglise protestante marchent main dans la main. Ce n'est pas toujours facile. Mais cela existe et vit. La RTS vient même de créer le site Internet RTSreligion.ch, pour valoriser ses productions religieuses. Protestants et catholiques se retrouvent dans la convention du 18 juin 2013 entre la RTS, Médiaspro et le Centre catholique de radio et télévision, le CCRT, qui dit ceci: «La RTS entend soutenir la place des religions dans son offre programmatique. Elle reconnaît à cet égard l'expertise du CCRT et de Médiaspro en matière d'émissions et d'offres en ligne traitant du fait religieux. Cette expertise est non exclusive et s'inscrit dans le cadre du mandat de service public incombant à la SSR.» L'engagement œcuménique au sein de la RTS va même jusqu'à confier aux catholiques et aux protestants la couverture du fait religieux dans son ensemble... L'œcuménisme médiatique a des vertus parfois ignorées, mais forgée par un partenariat quotidien.

Le service public, service au public, élément de cohésion et de bien commun est une notion éminemment chrétienne et évangélique. Pas parce que les chrétiens veulent s'appropriier le service public, mais parce que nos missions se rejoignent. La SSR-SRG est un élément de la cohésion nationale. Le service public et les émissions religieuses ont des points communs.

Jésus est un chemin de bonheur pour l'homme: c'est cela qui nous porte. Le Christ, communicateur par excellence, pour reprendre *Communio et Progressio* de 1971, nous pousse à l'action.

La SSR, de son côté, cherche la cohésion nationale. Voilà les constantes dans les changements que nous vivons, au niveau des régions linguistiques, chacun avec son histoire et son enracinement propre.



Dolmetscher-Dienste : Unabdingbar für das gegenseitige Verständnis in der mehrsprachigen Schweiz : Monika Mayr (vorn) und Mechthild Schreck.

5 Centro San Giuseppe – uncentro cattolica media commune

Dr. Cristina Vonzun, Direttrice ComEc



Nella Diocesi di Lugano grazie all'intuizione del vescovo emerito Pier Giacomo Grampa, nel 2012 si cominciò a parlare della possibilità di dotare i servizi giornalisti riguardanti i Media cofinanziati da RKZ/SQ/CVS di un centro cattolica media commune. Fino ad allora le attività giornalistiche delle redazioni della trasmissione televisiva settimanale Strada Regina (in onda sulla RSI) e della trasmissione ecumenica Chiese in Diretta erano separate e spesso il lavoro dei giornalisti veniva svolto addirittura a casa o presso sedi di altri enti diocesani (Giornale del Popolo, Caritas, Ufficio liturgico).

Il progetto ebbe modo di concretizzarsi grazie alla realizzazione del Centro pastorale san Giuseppe, inaugurato il 6 settembre 2013. Il centro San Giuseppe sorge in un antico monastero nel centro di Lugano. Una casa ricca di storia, dove da oltre un anno sono stati trasferiti diversi centri e uffici della diocesi, tra i quali il Centro Cattolica

dei Media e la redazione protestante della trasmissione ecumenica Chiese in Diretta.

La storia del Centro San Giuseppe.



Come vedete nelle immagini si tratta di uno degli edifici più antichi del centro di Lugano. Il nuovo Centro Pastorale sorge infatti nella ex Villa Conti, donata dal nobile Gianpietro Conti nel 1709 per la realizzazione a Lugano, suo borgo natale, di un monastero di suore cappuccine con annessa scuola destinata all'educazione delle fanciulle.

La struttura aprì i battenti come monastero nel 1749 e svolse la sua funzione di luogo di preghiera per le monache e di istruzione scolastica per le

fanciulle fino agli anni '80 del secolo scorso. Poi il venir meno delle vocazioni impose nuovi orientamenti e il 4 febbraio 2008 le tre monache ancora viventi donarono il monastero alla Diocesi di Lugano.

Il vescovo Pier Giacomo maturò allora, nel 2008, l'idea di dividere la struttura in due parti: donare un'ala con le celle ad una comunità religiosa (attualmente la comunità Palavra Viva, originaria del Brasile) e di ristrutturare la parte della ex villa Conti per ricavarne un Centro con uffici, che potesse accogliere tutte le commissioni, i centri e le strutture attivi in diocesi in ambito pastorale. I lavori di ristrutturazione ebbero inizio nell'ottobre del 2012 e vennero terminati nel luglio del 2013. Il 6 settembre 2013 avvenne



una grande festa di inaugurazione con il vescovo Pier Giacomo, in il Centro Cattolico Media venne inaugurato.

Va detto che un'attenzione particolare dell'architetto Raffaele Cavadini che ha eseguito i lavori di restauro è stata quella di recuperare vari materiali e oggetti d'epoca presenti nella struttura conventuale come porte, finestre, cassettoni lignei, il tavolo da cucina e diversi mobili. Evidentemente sono stati eseguiti notevoli lavori restando nel preventivo, a carico della Diocesi di Lugano, di un milione e duecentomila franchi per tutta la struttura.

Nella struttura sono presenti i seguenti uffici: Conferenza Missionaria; Ufficio Istruzione religiosa scolastica, Associazione Biblica della Svizzera italiana, Opera diocesana pellegrinaggi, Ufficio liturgico, Azione cattolica Ticinese, Pastorale giovanile diocesana, Pastorale familiare diocesana, Sacrificio Quaresimale e Pane per i fratelli. Inoltre nella struttura sono presenti due saloni per riunioni/conferenze. Due locali sono stati attrezzati per il Centro Media che conta cinque dipendenti con una percentuale complessiva del 260% (quattro tempi parziali e un 100%) e per i due dipendenti della Chiesa protestante che lavorano alla trasmissione ecumenica radiofonica Chiese in Diretta.

Esperienza nella Newsroom.

Da ormai oltre un anno lavoriamo nella Newsroom del Centro San Giuseppe. Per ora la produzione ha riguardato la trasmissione televisiva cattolica Strada Regina, 18 minuti settimanali nel formato di magazine, in onda su RSILa1, la trasmissione ecumenica Chiese in Diretta, 20 minuti di magazine radiofonico ecumenico; le dirette delle Messe domenicali alla Radio e le dirette della Messe in TV, in occasione di particolari festività o eventi. Nell'equipe ci siamo strutturati da oltre un anno come indicato nel progetto svizzero: un caporedattore: don Italo Molinaro, un responsabile dei servizi tecnici web: Francesco Muratori e un direttore/trice: la sottoscritta.

L'equipe giornalistica trae vantaggio nel suo lavoro da due fattori:

1. Lavorare tutti insieme negli stessi locali (scambio di idee, collaborazione nella produzione, celerità della comunicazione)
2. Lavorare inseriti tra tutti i principali uffici diocesani e le realtà pastorali vive della Diocesi ad essi collegate. Questa vita in comune consente un'informazione diretta, immediata, estremamente importante per chi lavora nei Media. Questa convivenza infatti consente lo scambio di informazioni, contatti, incontri che permette un notevole guadagno di tempo nella realizzazione dei servizi radio/tv.

La creazione dell'Associazione Communicatio Ecclesiae e il futuro imminente

A fine ottobre c'è stata la prima assemblea costitutiva della nuova associazione che fa da garante per il Centro Cattolico Media. L'Associazione Communicatio Ecclesiae, il cui presidente, rappresenta il vescovo di Lugano. Il Presidente è Davide De Lorenzi, già giornalista e già presidente dell'Azione Cattolica Ticinese.

Il futuro ci attende con un'ulteriore tappa: il portale catt.ch. Per tale portale, la nostra piccola realtà giornalistica che cerca una collaborazione con il Giornale del Popolo, ha deciso di puntare su due elementi:

1. Le news linkate dal Giornale del Popolo che in questi anni si è dotato di un nuovo e performante sito web

2. Il punto di forza per noi di catt.ch: l'equipe di 30 collaboratori che lavoreranno con noi in qualità di volontari come su temi pastorali (famiglia, giovani, spiritualità, missioni, periferie, carità, oratori, Bibbia) per cominciare. Questi 30 collaboratori sono persone che lavorano al Centro San Giuseppe o sono legati per ruolo, funzione, attività pastorale agli uffici del Centro. In sostanza catt.ch vuole essere un posto dove chi ha da dire qualcosa di interessante per la pastorale può semplicemente metterlo in comune con testi, foto, video e altro. Tutto questo sarà coordinato dal 50% dedicato al sito.
3. La dimensione multimediale con l'apporto primario delle trasmissioni Strada Regina e Chiese in Diretta.



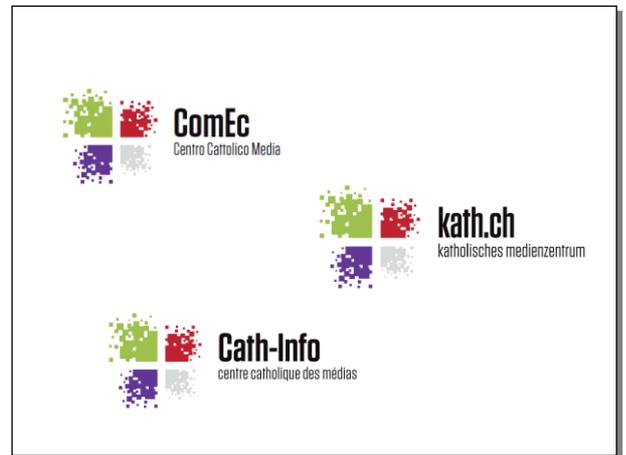
Der Newsroom für die italienischsprachige Schweiz – mitten im pastoralen Zentrum der Diözese Lugano und verankert in der religiösen und spirituellen Tradition.

6 Alle Wege führen zum katholischen Medienzentrum – eine Vision nimmt Gestalt an

Dr. Charles Martig, Direktor Katholisches Medienzentrum Zürich



Charles Martig (r.) im Gespräch mit dem Moderator, Iwan Rickenbacher (l.)



Rahmenstatut

- Grundauftrag
 - Information
 - Verkündigung
 - Öffentlichkeitsarbeit
 - Dienstleistungen
- Publizistische Ausrichtung
 - Professionalität
 - Orientierung an kirchlichen Vorgaben

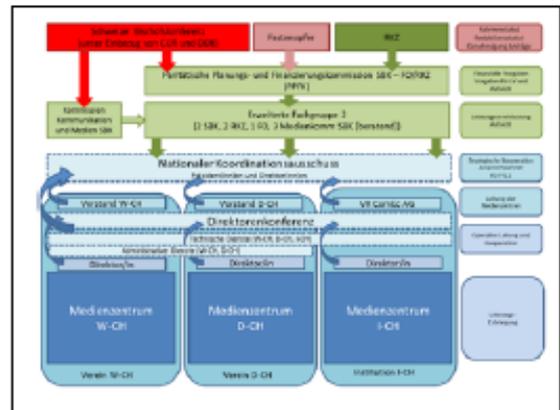


Publizistische Haltung

- Leitsätze
 - Information über Kirche im Dialog mit Gesellschaft
 - sachgerecht und verständlich
 - Plattformen für Dialog und Konflikt
 - Einsatz für Menschenwürde und Respekt
 - Stellung beziehen

Organisation der Medienzentren

- 3 Medienzentren
- 3 Vorstände
- 3 Direktoren / Direktorinnen
- 1 Direktorenkonferenz
- 1 Nationaler Koordinationsausschuss



Strategie

1. Sichtbarkeit
2. Themenführerschaft
3. Fokussierung der Produkte und Leistungen
4. Konvergenz der bespielten Medien und Kanäle
5. Nutzung der Synergien über Sprachgrenzen hinweg

Portfolio News-Bereich

1. kath.ch bietet eine „Geschichte des Tages“
2. Kriterien: Relevanz und Wirkung
3. Themen: Religion – Politik – Gesellschaft
4. Anreicherung mit publizistischen und multimedialen Elementen
5. Standpunkte und Debatten

News Themen Service - Agenda

- News: Topaufmacher und weitere Themen des Tages – Für breite Leserschaft im Internet
- News für institutionelle Kunden → kath.ch Pro
- Themen: Dossiers, Spirituelles, Glauben, Kirche
- Service: Dienstleistungen wie Stellen, Hosting etc.
- Agenda: Veranstaltungskalender, wichtige Synoden, Bischofskonferenz

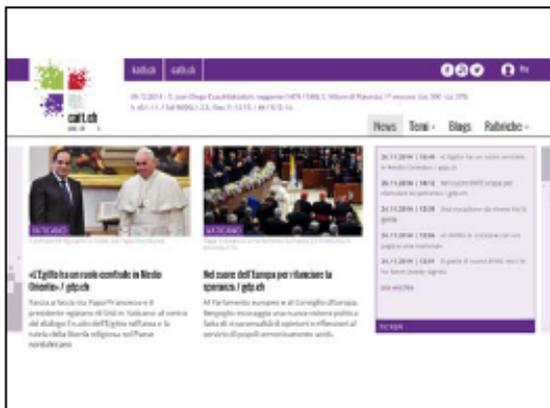
cath.ch / kath.ch / catt.ch

work in progress

<http://cath.kathcatt.ch/W/>

<http://cath.kathcatt.ch/D/>

<http://cath.kathcatt.ch/I/>

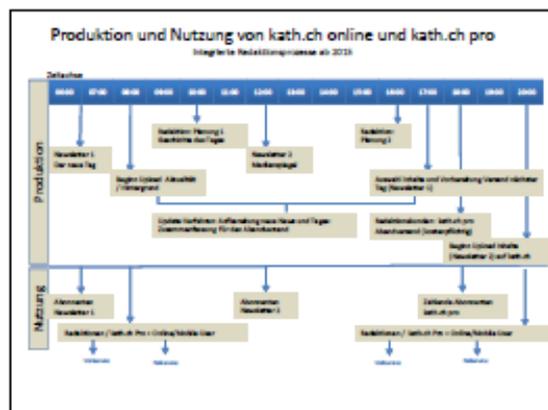


kath.ch Pro

- **Neuer Arbeitsbereich für Redaktionen**
 - passwortgeschützt
 - kostenpflichtig
- **Inhalte**
 - Nachrichtendienst
 - Tageszusammenfassungen
 - Bilder
 - Themenplanung für Redaktionskunden
 - Archivzugang für Recherchen

kath.ch Pro

- **Zusammenarbeit konkret**
 - Wöchentliche Absprachen zwischen Redaktionsleitungen (Telefonkonferenz)
 - Herstellung von Artikeln (3000/6000 Z) nur noch im Auftrag von mehreren Partnern
 - Exklusive Inhalte mit Erstpublikation in Pfarrblättern / Wochenaktualität
 - Nach Ablauffrist auch auf kath.ch publiziert



Produktentwicklung 2015

| | |
|--|---|
| kath.ch katholisches Medienzentrum | News bisher: kipa Tagesdienst |
| kath.ch katholisches Medienzentrum | 7 Tage bisher: kipa Woche |
| kath.ch katholisches Medienzentrum | Religion – Gesellschaft bisher: kipa Religionen heute und kath.ch Pressenpiegel |

Produktentwicklung 2015

1. kath.ch Pro für Redaktionen
2. Multimediale Dossiers
3. Spiritualität, Glaube, Liturgie
4. Gedenkzeit: Markt persönliche Anzeigen
5. Kolumnen und Blogs für Dialog nutzen

7 Dank und ein Hinweis in eigener Sache

Sehr geehrte Herren Bischöfe
Sehr geehrte Damen und Herren

Als das Programm für den heutigen Anlass verschickt wurde, war eine der ersten Reaktionen, die ich bekam: «Ich finde es gut, dass am Ende des Programms das Wort „Dank“ steht. Denn dieses Medienprojekt war oft schwierig und anstrengend. Gut, dass seitens derer, die dieses Projekt wollten, ein Wort des Dankes gesagt wird.» Diese Reaktion war mir aus dem Herzen gesprochen. Abschlüsse und Übergänge feiern und für all das, was gut ist, zu danken, gehört leider nicht zu unseren Stärken. Spontan neigen wir eher dazu, das zu sehen, was nicht rund lief und was noch zu tun bleibt.

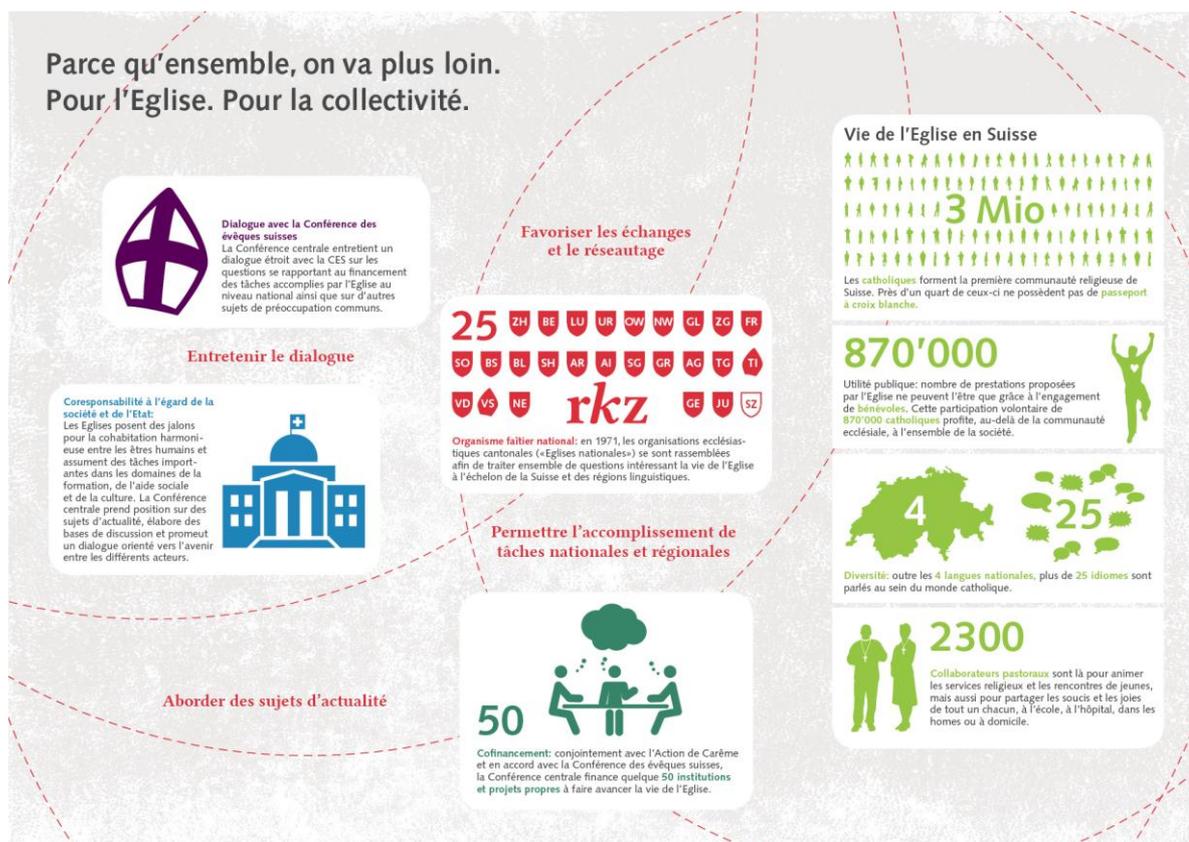
RKZ: Die «kirchliche Solidargemeinschaft mit Tatkraft» will informieren und überzeugen

Gestatten Sie mir, vor dem Dank, der wirklich am Ende stehen soll, den ebenfalls angekündigten «Hinweis in eigener Sache» zu geben: Seit der letzten Plenarversammlung hat die RKZ einen neuen optischen Auftritt – und eine neue Webseite. Diese geht direkt auf die Themen zu, die für unsere Arbeit zentral sind: Kirche und Recht, Kirche und Geld, Kirche und Management. Die Hintergrundinformationen haben wir wirklich in den

Hintergrund gestellt. Im Vordergrund stehen Bilder, einzelne Geschichten, kurze Meldungen, konkrete und anschauliche Beispiele. Das ist es, was wir in diesem Medienprojekt gelernt haben: Geschichten erzählen, sie kanalgerecht aufbereiten und schnell sein. All jene unter Ihnen, die aus der kirchlichen Medienarbeit kommen, bitte ich: Nutzen Sie diese Informationen für Ihre eigene Arbeit. Sie stehen ihnen zur Verfügung, wenn sie auf uns als Quelle verweisen. Und ich bitte sie gleichzeitig: Stellen sie uns Informationen und Bilder zur Verfügung, die sie gerne auf der RKZ-Webseite sähen.

Manche werden denken, dieser neue Auftritt der RKZ sei nicht nötig, zu wenig bescheiden und «auxiliär». Wir sehen das anders: Allein schon für den Bereich kirchliche Medienarbeit erwarten wir von den kantonalkirchlichen Organisationen und letztlich von den Kirchensteuerzahlern, dass sie jedes Jahr 2,3 Millionen Franken an die RKZ überweisen. Insgesamt benötigen wir 11 Millionen Franken, um unsere Aufgaben erfüllen zu können. Dafür müssen wir Überzeugungsarbeit leisten. Dafür müssen wir aufzeigen, dass wir nicht nur Geld ausgeben können, sondern dass wir die Management-Kompetenz haben, die nötig ist, damit dieses Geld wirkungsvoll eingesetzt wird. Und wir müssen die kantonalen Körper-

schaften unterstützen in ihrem Bemühen um gute staatskirchenrechtliche Grundlagen und gesunde Kirchenfinanzen. Diesbezüglich bitte ich Sie alle: Unterstützen Sie die RKZ in diesem Bemühen, sei es medial, sei es im direkten Austausch mit ihrem Umfeld. Denn Überzeugungen entstehen nach wie vor nicht primär am Bildschirm, sondern in der Begegnung und im Gespräch. Geld, das an die RKZ geht, soll von den Kirchgemeinden und Kantonen nicht als verlorenes, sondern als gut investiertes Geld wahrgenommen werden.



Doch nun zurück zum eigentlichen Thema. Die Bündelung der sprachregionalen Medienarbeit in drei Zentren, die nun rechtlich besiegelt ist und die bereits beginnt, im konkreten Alltag wirksam und spürbar zu werden, hat eine lange Vorgeschichte.

Drei Medienbischöfe – verschieden, aber geeint im Willen zur Weiterentwicklung

Wesentlich vorangebracht wurde sie unter den letzten drei «Medienbischöfen»: Peter Henrici, Martin Werlen und Alain de Raemy. Sie haben das Verdienst, sich für notwendige Veränderungen eingesetzt und der Arbeit in unzähligen Gremiensitzungen und Verhandlungen wichtige Impulse gegeben zu haben. Dass sie alle für den heutigen Anlass zugesagt haben, ist ein schönes Zeichen – wollte man es theologisch würdigen, könnte man von einer sichtbaren und spürbaren «apostolischen Sukzession» in der kirchlichen Medienarbeit sprechen. Die Gewissheit, dass die zuständigen Bischöfe die Veränderung wollen, war immer ein Motiv, die Arbeit manchmal ungeduldig, aber beharrlich voranzubringen. Wenn ich den drei Bischöfen einige vorweihnächtlich Zimtstern-Pralinés überreiche, dann erinnere ich an die drei Weisen aus dem Morgenland. Denn auch sie hatten die Aufgabe, unsere Arbeit immer wieder auf

jenen Stern auszurichten, der uns dorthin führt, wo wir dem Mensch gewordenen Gott-mit-uns begegnen.

Externe Fachpersonen – wichtige, aber nicht immer dankbare Aufgaben

Aber wir stünden nicht da, wo wir stehen, hätten wir nicht auch auf externe Fachpersonen zählen können, die die Arbeit begleitet und inspiriert haben. Zu nennen sind insbesondere Reinhold Jakobi, Jean-Paul Rüttimann und Sari Bauer. Sari Bauer war – teils zusammen mit Jacqueline Friedrichs – seit 2012 auf dem letzten, anstrengendsten Stück Weg zur konkreten Reorganisation Projektleiterin. Sie hat nicht nur viel Arbeit und Überzeugungsarbeit leisten müssen, sondern war auch immer wieder mit verletzender Kritik konfrontiert. Vor allem aber musste sie mit der Trägheit von Strukturen und Personen, mit mangelnder Professionalität und Widerstand fertig werden. Besonders beeindruckt hat mich, dass Sari Bauer als Finnin und Lutheranerin unermüdlich auf das Potenzial katholischer Medienarbeit in der Schweiz aufmerksam gemacht hat. «Noir et blanc» heisst die Süssigkeit, die sie erhält, für die Licht- und Schattenseiten in unserem Projekt. Und dazu ein Buch über unseren derzeit wichtigsten und besten Kommunikator: Papst Franziskus. Dieses Buch ist – ganz unserem Medienprojekt entsprechend – mehr als ein Printprodukt. Der Autor ist Fernsehjournalist, betreibt einen Blog mit dem schönen Namen «Papstgeflüster» und ist auch auf Twitter sehr präsent. Genau so, wie wir uns die künftigen Journalisten in den Medienzentren vorstellen.

Beratungs- und Entscheidungsgremien – unerlässlich für den nötigen Rückhalt

Ebenfalls zu danken habe ich allen Gremienmitgliedern – in der Fachgruppe 2, in der Medienkommission und in der PPFK. Sie sind und bleiben für unsere Arbeit wichtig: Vertreter der staatskirchenrechtlichen Körperschaften und ihrer Kommunikationsverantwortlichen, Leute die sich mit Finanzen auskennen, aber auch mit Strukturen und Prozessen, und natürlich auch Fachleute aus dem Medienbereich. Ohne deren Sorge darum, dass die wichtigsten «stakeholder» nicht vergessen gehen: die Kunden, die Anspruchsgruppen, die Geldgeber, die Multiplikatorinnen, wäre das Projekt wohl irgendwann stecken geblieben oder versandet. Sie alle haben hauptberuflich andere Aufgaben – und so ist auch ihren Arbeitgebern zu danken, dass sie ihnen die Möglichkeit geben, auf gesamtschweizerischer Ebene mitzuarbeiten.

Verantwortliche und Mitarbeitende in den Medienzentren – stark herausgefordert

Den letzten Dank habe ich bis zuletzt aufgespart: Er gilt jenen, die auf sprachregionaler Ebene für die Medienarbeit sorgen: Als Direktoren und Direktorinnen, als Journalistinnen und Journalisten, als Webmaster, als Finanzverantwortliche oder als Präsidentinnen und Präsidenten sowie Vorstandsmitglieder der Trägervereine. Sie haben dieses Projekt neben ihrer Alltagsarbeit bewältigen müssen – manchmal hoffnungsvoll, manchmal besorgt, manchmal mit Elan und manchmal mit Widerstand, manchmal kreativ und manchmal einfach, weil es sein musste. Es ist mir bewusst, dass das alles andere als einfach war. Es gab Druck, es gab Forderungen, es gab Unklarheiten, was die Führungsebene wirklich will, es gab zu wenig Geld und zu wenig Zeit, scharfe Briefe und ungeduldige Worte. Und es ist mir ebenfalls bewusst, dass all das nicht einfach zu Ende ist: Der Medien- und Technologiewandel ist uns immer ein paar Schritte voraus, das Geld und die Zeit bleiben knapp, die Erwartungen an katholische Medienarbeit werden auch in Zukunft stark divergieren. Stellvertretend für sie alle, die in den Institutionen und Medienzentren tätig sind oder für sie Verantwortung tragen, erhalten die drei Hauptverantwortlichen ebenfalls weihnächtliche Sterne, die vielleicht eine der nächsten Kaffeepausen versüssen. Denn auch

ihre Aufgabe ist verwandt mit jener der Sterndeuter: Sie müssen die Frage wachhalten: Wo nimmt die Gegenwart Gottes in der Welt Gestalt an? Sie müssen unterwegs sein und Fragen stellen. Und sie müssen klug und weise sein, wenn Konflikte aufbrechen wie jener zwischen Herodes und der heiligen Familie – und dann den bekannten Weg verlassen und «auf einem anderen Weg» weiterziehen.

Da oder dort einen Stern aufgehen oder wenigstens aufblitzen sehen

Ich verzichte darauf alle anderen aufzuzählen, die zur Entwicklung der letzten Jahre und zum heutigen Anlass beigetragen haben und die deshalb ebenfalls unseren Dank verdienen. Besser ist es, diese Zeit zu nutzen für Gespräch und Austausch bei einem Glas Wein und einer kleinen Stärkung. Schon jetzt wünsche ich Ihnen allen Weihnachtstage, an denen sie da oder dort einen Stern aufgehen oder wenigstens aufblitzen sehen.

Daniel Kosch

**Wichtige Dokumente zur kirchlichen Medienarbeit in der Schweiz:
Documents importants concernant le travail médiatique de l'Eglise en Suisse**

Pastoralplan Kommunikation und Medien der SBK (1999)

www.kath.ch/pdf/pastoralplan.pdf

Plan pastoral de la communication et des médias de l'Eglise catholique en Suisse (1999)

[www.eveques.ch/content/download/774/7023/.../note pastorale 7 fr.pdf](http://www.eveques.ch/content/download/774/7023/.../note_pastorale_7_fr.pdf)

Paprika: Pastorale Prioritäten und finanzielle Realitäten (2005)

http://www.rkz.ch/fileadmin/user_upload/Dokumente/2._Was_wir_finanzieren/2.1_Mitfinanzierung/2.1.4_Entwicklung_Mitfinanzierung/2.1.4.20050718_Schlussbericht_Paprika.pdf

Paprika: Priorités pastorales et réalités financières (2005)

http://www.rkz.ch/fileadmin/user_upload/Dokumente/2._Was_wir_finanzieren/2.1_Mitfinanzierung/2.1.4_Entwicklung_Mitfinanzierung/2.1.4.20050718_Schlussbericht_Paprika_f.pdf

Erklärung der Schweizer Bischofskonferenz über die Bedeutung der kirchlichen Medienarbeit (2008)

<http://www.kommission-medien.bischoefe.ch/grundlagen-dokumente/erklaerung-sbk>

(existe qu'en allemand)

Medien: Entscheidend für den Dialog zwischen Kirche und Welt: Positionspapier von Fastenopfer und RKZ (2008)

http://www.rkz.ch/fileadmin/user_upload/Dokumente/2._Was_wir_finanzieren/2.1_Mitfinanzierung/2.1.4_Entwicklung_Mitfinanzierung/2.1.4.20080616_Stellenwert_Medienarbeit.pdf

Les médias – facteur décisif pour le dialogue entre l'Eglise et le monde. Prise de position de l'Action de Carême et de la Conférence centrale concernant l'activité de l'Eglise dans les médias à l'échelon des régions linguistiques et de la Suisse

http://www.rkz.ch/fileadmin/user_upload/Dokumente/2._Was_wir_finanzieren/2.1_Mitfinanzierung/2.1.4_Entwicklung_Mitfinanzierung/2.1.4.20080616_Stellenwert_Medienarbeit_f.pdf

Rahmenstatut für die sprachregionale Medienarbeit (2014)

http://www.rkz.ch/fileadmin/user_upload/Dokumente/2._Was_wir_finanzieren/2.1_Mitfinanzierung/2.1.2_Reglemente_Bereiche/2.1.2.3_Rahmenstatut_Medienarbeit_vom_4._August_2014_d.pdf

Statut-cadre du travail médiatique de l'Eglise catholique romaine en Suisse accompli à l'échelon des régions linguistiques (2014)

http://www.rkz.ch/fileadmin/user_upload/Dokumente/2._Was_wir_finanzieren/2.1_Mitfinanzierung/2.1.2_Reglemente_Bereiche/2.1.2.3_Rahmenstatut_Medienarbeit_vom_4._August_2014_f.pdf

Nationales Redaktionsstatut für die sprachregionale Medienarbeit (2014)

http://www.rkz.ch/fileadmin/user_upload/Dokumente/2._Was_wir_finanzieren/2.1_Mitfinanzierung/2.1.2_Reglemente_Bereiche/2.1.2.4_Redaktionsstatut_Medienarbeit_vom_4._August_2014_d.pdf

Statut rédactionnel national pour les centres médias des régions linguistiques (2014)

http://www.rkz.ch/fileadmin/user_upload/Dokumente/2._Was_wir_finanzieren/2.1_Mitfinanzierung/2.1.2_Reglemente_Bereiche/2.1.2.4_Redaktionsstatut_Medienarbeit_vom_4._August_2014_f.pdf