

# Synodemeldung

---

Sachbearbeiter: Thomas Gehrig

6. Dezember 2011

## Synodalrat entwickelt Lokalmedienstrategie

**Die Initiative der Fraktion der Unabhängigen für eine Lokalmedienstrategie fällt beim Synodalrat und bei der Synode auf fruchtbaren Boden. Die Wintersynode 2012 wird über ein entsprechendes Konzept entscheiden können. Eine allfällige Mitfinanzierung von Lokalmedien müsste über Mittelumlagerungen erfolgen.**

Für den Synodalrat ist die Stossrichtung der Motion unbestritten, weshalb er Annahme beantragt hat. Mit 166 Ja bei nur fünf Gegenstimmen überweist die Synode die Motion.

Synodalratspräsident Andreas Zeller beschreibt die Berner Lokalmediensituation differenziert und betont insbesondere deren Heterogenität. Die Kooperation mit Medienpartnern wird beim hohen Veränderungstempo der Medien für die Kirche zunehmend schwierig.

Heute bestehen seitens Refbejuso journalistische Kontakte mit den drei Kirchenfenstern bei Radio BeO (KiBeO), bei Neo2 und bei Radio 32 (Oekumera). Finanziell unterstützt wird heute ausschliesslich Teléglise als Kirchenfenster bei Telebielingue, worüber die Synode in einem separaten Geschäft entschieden hat.

### Gemeinsamkeiten und Unterschiede

Alle Kirchenfenster werden von den Kirchgemeinden in der jeweiligen Region finanziell mitgetragen. Die journalistische Bankbreite reicht von engagierter Ehrenamtlichkeit bis hin zu professioneller Sendegestaltung.

Das Kirchenfenster im Radio BeO bestreitet vier Sendestunden pro Woche mit Themenbeiträgen, Gottesdiensten und Aussenreportagen. Der Trägerverein wirtschaftet knapp defizitär und erhofft sich einen landeskirchlichen Beitrag an die Defizitdeckung.

Neo2 sendet wöchentliche Gottesdienste und weitere Features rund um den Napf in der wirtschaftsschwachen Region Oberemmental. Mit dem im Herbst 2011 erfolgten Wechsel zum web-basierten Radio Heimatklang und einem Trägerverein mit 1'000 Mitgliedern haben sich die Rahmenbedingungen vor kurzem grundlegend verändert. Refbejuso liegt ein Angebot vor, sich finanziell mit 25'000 Franken zu beteiligen und dafür im Verwaltungsrat Einsitz nehmen zu können.

Radio Oekumera auf Radio32 ist eine wöchentliche Kürzestsendung von 2,5 Minuten, die relativ landeskirchenfern daherkommt. Oekumera hat aktuell keinen Finanzbedarf.

Gemäss Andreas Zeller finanziert Refbejuso die Reformierten Medien mit jährlich 550'000 Franken und trägt zusammen mit der Zürcher Landeskirche mehr als die Hälfte der Kosten dieser kirchlichen Kommunikationsagentur in Zürich. Eine national koordinierte Lokalmedienstrategie oder auch die Unterstützung der regionalen Kirchenfenster müssten nach seiner Aussage jedenfalls mit einer internen Mittelumlagerung gewährleistet werden. Ein Ausbau der Kommunikationsressourcen ist mit der aktuellen Finanzplanung nicht möglich.

Für die Motionäre begründet UAH-Fraktionschef Willy Bühler (Thun) den Vorstoss mit der grossen Chance, in den Lokalmedien unsere eigenen, wichtigen Themen thematisieren und die «Kirche ausserhalb der Kirche» darstellen zu können. Weil Professionalität kostet, soll im Konzept neben einer inhaltlichen auch die finanzielle Unterstützung geprüft werden.

Auch für die GPK sind kirchliche Fenster gut geeignet, um ein breites Publikum zu erreichen, wie deren Sprecher Simon Fuhrer (Biel) erläutert.

Für die Liberalen nimmt Hans Guthauser (Bern) erfreut zur Kenntnis, dass ein Gesamtkonzept alle Neuen Medien umfassen soll. Auch Internet, SMS etc. werden immer wichtiger. Mit einer klaren Konzeption lassen sich zudem Wildwuchs und Konkurrenzkämpfe vermeiden.

Richard Stern (Lyssach) erinnert namens der Positiven an die euphorische Startphase der Lokalradios in den 1980er-Jahren, die auch für die Kirchen gute Plattformen geschaffen hat. Es ist eine Realität, dass immer mehr Menschen die Kirche nicht mehr am Sonntag im Gottesdienst, sondern über die Medien wahrnehmen. Professionelle Präsenz und Vernetzung mit anderen Medien sind darum wichtig.

Für Ursula Hadorn (Schangnau) als Sprecherin der Kirchlichen Mitte sind die Lokalmedien wichtige und beliebte Hoffnungsträger, deren Wirkung nicht zu unterschätzen ist. Zudem wird bei den Lokalmedien häufig Freiwilligenarbeit geleistet. Die Konzepterweiterung auf internetbasierende Medien erachtet sie als sinnvoll.

## **Lokalmedien und nationale Medien nicht gegeneinander ausspielen**

Der Bieler Pfarrer und Journalist Cédric Némitz begründet die Notwendigkeit einer Lokalmedienstrategie auch theologisch: Die Vermittlung des Wortes als Grundlage unserer Arbeit ist heute besonders von Medienveränderung betroffen. Die Konkurrenz zur Predigt auf der Kanzel nimmt zu: Fernsehen auf Telefon, Radio überall etc.

In Sachen Medien-Professionalität ortet er bei den Kirchen ziemlich viel Rückstand: Weil Medienkonsum immer nur einen Klick vor der Konkurrenz entfernt stattfindet, kommt der Qualitätsverbesserung hohe Priorität zu. Radio und TV bleiben Leitmedien. Némitz plädiert für gezielten Mitteleinsatz, aber ebenso für ein Nebeneinander von lokalen und nationalen Medien. Es braucht beide Ebenen und es braucht genügend Mittel.

Jean-Eric Bertholet (Biel) verbindet aus Sicht der GOS das Konzept mit den Legislaturzielen. Für «glaubwürdig und präsent» ist eine aktive Medienarbeit notwendig. Er hofft auf eine starke Lösung und wünscht sich dafür Mittel der Kirche.

Der Truber Pfarrer Felix Scherrer, selber ein kirchlicher Lokalradiopionier der ersten Stunde, lobt, dass Kommunikation beim Synodalrat Chefsache ist und aktiv wahrgenommen wird. Bei der Gründung von Radio Emme wurde der regionale Pfarrverein 1997 noch angefragt, ob er wohl kirchliche Inhalte beizusteuern hätte ... Die veränderte Medienlandschaft hat aus Radio Berner Oberland ein kantonales Radio und aus Neo2 via Radio Heimatklang ein mindestens nationales Internetradio gemacht.

Scherrer weist auf die Besonderheit hin, dass beim neu gegründeten Radio Heimatklang heute 80 Prozent der Stimmkraft auf kirchlicher Seite liegt. Diese Konstellation eröffnet der Trägerschaft starke inhaltliche Möglichkeiten. Die «fast grösste reformierte Kirche der Welt» braucht seines Erachtens unbedingt ein Medienkonzept für die lokale, die kantonale und die nationale Wirkung. Er plädiert für eine aktive Steuerung der Medienarbeit, weil die Landeskirche sonst sehr schnell «weg vom Fenster» sein könnte.