

Stiftung der Evangelischen Landeskirche in Württemberg

Jahresfeier

Mittwoch, 28. Februar, 19 Uhr, Hospitalhof Stuttgart

Festvortrag

- es gilt das gesprochene Wort! -

Sehr geehrter Herr Landesbischof Gohl

sehr geehrter Herr Oberkirchenrat Antoine

sehr geehrte Damen und Herren

liebe Schwestern und Brüder,

12. Januar 2024, München, Allianz Arena, kurz vor 20.30 Uhr. Das Stadion ist ausverkauft, die Mannschaften nehmen Aufstellung, der FC Bayern eröffnet gegen die TSV Hoffenheim die zweite Hälfte der Bundesliga-Spielzeit nach der Winterpause.

Aber das steht gar nicht im Mittelpunkt. Im Mittelkreis prangt auf einem riesigen runden Transparent das Bild des Spielers mit der Nummer 5, um den es an diesem Abend geht - Franz Beckenbauer. Der wahrscheinlich beste deutsche Fußballer aller Zeiten ist gestorben, die Fußballwelt hat Anteil genommen, die heimischen Fans des FC Bayern huldigen ihrem großen Vorbild. Der kitschige von Beckenbauer in den 60er Jahren interpretierte Song „Gute Freunde kann niemand trennen“ dröhnt als Auflaufmusik aus den Lautsprechern und wird an diesem Tag noch dreimal wiederholt werden - die Bayern schießen drei Tore, die jeweils mit der Gesangsstimme von Franz begleitet werden. Gleich zwei Fernsehsender übertragen die Partie - SAT.1 und der Streamingdienst DAZN haben die Rechte für dieses Spiel. Und dann sagt der Kommentator von DAZN, der bekannte Sportjournalist Marco Hagemann, diesen Satz, der aufhorchen lässt. Im Gedenken an Beckenbauer, der, und ich zitiere jetzt, der heute von oben zuschauen wird - davon bin ich fest überzeugt. Wie war das? Was hat Marco Hagemann da grade gesagt? Beckenbauer wird von oben zuschauen, okay, das mag eine Floskel sein. Aber Hagemann bekennt: „Davon bin ich fest überzeugt.“ Vor Millionen von Fernsehzuschauenden, Millionen von Fußballinteressierten, also beileibe keine Gottesdienstbesucher, legt Hagemann ein Glaubensbekenntnis ab. Nicht mehr und nicht weniger. So en passant. Weil, das interpretiere ich jetzt, weil er den Millionen Fußballfans Trost vermitteln will. Weil er die

Fans, denen er gleich das Spiel kommentieren wird, nicht in der trauernden Leere um Beckenbauer allein lassen will. Und den Trost, den er für uns Fernsehgemeinde sucht, findet er im Himmel, bei Gott im Himmel. Von da schaut der Kaiser dem Fußballspiel Bayern gegen Hoffenheim zu. Davon, so bekennt Hagemann, sei er fest überzeugt.

Wie lautet der Titel dieses Vortrags? Gott in den Medien - mehr als Du glaubst. Soviel dürfen wir bereits am Anfang festhalten: Immer wenns eng wird, immer wenn uns die Worte in der Trauer fehlen, immer wenn wir den letzten Ausweg aus einer ausweglosen vom Tod bestimmten Endgültigkeit nicht akzeptieren wollen, erinnern wir uns an Gott. Klammern wir uns an ihn und an die Ewigkeitszusage von Jesus Christus: Ich lebe und Ihr sollt auch leben. Immer dann, wenn wir vom Tod umfassen sind - durch Krieg, Katastrophe, Krise - immer dann suchen wir Gott. Auch und gerade auch in den Medien. Marco Hagemann ist nur einer von vielen Journalisten, die das tun. Aber so schnell die Medien suchen und finden, so schnell vergessen sie auch wieder. Ob sich Marco Hagemann wohl bewusst ist, was er da gesagt hat? Wüsste er es überhaupt noch, wenn wir ihn jetzt anrufen würden? Wir wissen es nicht. Aber wir stellen fest: Die Suche der Medien nach göttlichem Halt in Zeiten der Ausweglosigkeit ist evident, nachweisbar vorhanden. Doch weil diese Suche so schnelllebig ist wie die Schlagzeile von gestern, entsteht der Eindruck, Gott sei in den Medien nicht mehr präsent. Verschwunden, ignoriert, seine Existenz bestritten. Das aber ist so nicht richtig. Ich behaupte im Gegenteil als Antwort auf die suchende Frage nach Gott in den Medien: Es gibt ihn dort. Gott lebt in den Medien, präsenter als viele von uns wahrnehmen, wirkmächtiger als viele von uns glauben. Ich lade Sie in den folgenden Minuten dazu ein: Machen wir uns auf die Suche. Auf die Suche nach Gott in den Medien. Und ich lade Sie ein zum Nachdenken. Was müssen wir tun, damit Gottes Bild in den Medien in der Zukunft nicht doch noch verblasst?

Also: Machen wir uns auf die Suche. Nach dem himmlischen Vater, der mir persönlich bei der Arbeit in den Medien an einem mir unvergessen bleibenden Tag Trost und Beistand gewesen ist. Dieser Tag aus meiner Berufsbiographie war ein Mittwoch. An diesem Mittwoch, am 3. Juni 1998 entgleist der ICE Konrad Wilhelm Röntgen auf seiner Fahrt nach Hamburg gegen 11 Uhr am Vormittag unweit des niedersächsischen Städtchens Eschede. 101 Menschen kommen ums Leben, 105 wurden verletzt, davon 70 schwer. Es handelt sich nach wie vor um das bisher schlimmste Eisenbahnunglück in unserem Land. Ich war damals Leiter des Radiosenders NDR 2. Die Popwelle des Norddeutschen Rundfunks wird terrestrisch in Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern ausgestrahlt und gehört mit mehr als 2 Millionen Hörerinnen und Hörern pro Tag und rund 650.000 pro durchschnittliche Sendestunde zu den meistgehörten Programmen in Deutschland. NDR 2 hat an diesem 3. Juni 1998 natürlich das Programm komplett

umgestellt und einen Tag lang von der Katastrophe berichtet. Und am Ende eines solchen Sendetages war es an mir als Programmchef zu kommentieren. Aber ich konnte das nicht, ich wollte es auch nicht - mir fehlten einfach die Worte. Und so habe ich die Radiopastorin Rosemarie Wagner-Gelhaar gefragt: Kannst Du ein Gebet sprechen? Sozusagen Gott ins Programm holen? Sie hat das getan. Es war ein so gewaltiges, berührendes Gebet, ein solcher Schrei in den Himmel, dass wir darauf unzählige Reaktionen bekommen und das Gebet zur besten Sendezeit am nächsten Morgen im Frühprogramm wiederholt haben. Ich hatte das Gefühl, Gott berührt uns in unserem Programm. Ja, wenn die Not groß ist und wir nicht mehr ein noch aus wissen, dann laden wir Gott in unsere Medien ein. Gott sei Dank nimmt er diese Einladung regelmäßig an.

Rücksprung ins Jahr 2024. Haben Sie es vor ein paar Wochen im Januar auch gelesen? Das Wunder von Tokio. Mit großer Selbstverständlichkeit fand die Boulevardschlagzeile auf bild.de die Erklärung, wie das gut ausgehen konnte, was da Anfang dieses Jahres geschehen ist. Nur mit göttlicher Hilfe, eben nur mit Hilfe eines Wunders. Was war denn passiert?

Am 2. Januar dieses Jahres kommt es in der japanischen Hauptstadt zum schwersten Unglück eines Airbus A350 in der Geschichte. Auf dem Flughafen Haneda kollidiert das Passagierflugzeug beim Landeanflug mit einem Flugzeug der Küstenwache, fängt Feuer, brennt völlig aus. 379 Menschen schweben in höchster Lebensgefahr, werden aber alle gerettet. Weil die Flugbegleiterinnen hellwach sind, in kürzester Zeit die Notausgänge öffnen und die Leute nach draußen zur Rettung ins Freie schieben. Gerade noch rechtzeitig, bevor das Flugzeug explodiert und alles in einer gleißenden Flammenglut verbrennt. So dramatisch war die Situation, dass ein Boulevardmedium wie die Bild den Flugbegleiterinnen diese Heldentat nicht aus eigener Kraft zutraut. Nein, da muss göttliche Begleitung im Spiel gewesen sein - ein Wunder setzt ja wohl himmlische Hilfe voraus. Gott war am 2. Januar ganz und gar präsent - auf dem Tokioter Flughafen ebenso wie in den reichweitenstarken deutschen Medien. Das Wunder von Tokio!

Ja, wir kennen sie alle, die Wunder-Berichterstattung. Immer wenn Journalistinnen und Journalisten über Ereignisse berichten, die über das Menschenmögliche hinausragen, suchen sie nach Worten und finden häufig dieses eine: Ein Wunder. Am 15. Januar 2009 meldet der US Airways Flug 1549 unmittelbar nach dem Start Vogelschlag und in der Folge Ausfall beider Triebwerke. Dem Piloten Chesley Sullenberger gelingt das Wunder: Schnell entschlossen steuert er das Flugzeug auf den Hudson River zu, auf dem er das Flugzeug sicher zur Landung bringt - alle 155 Menschen an Bord überleben. Wieder betiteln viele Medien dieses Ereignis als Wunder, in seinem ersten Fernsehinterview nach dem Ereignis fragt ihn die Moderatorin im amerikanischen Sender CBS, ob er gebetet habe. „Ich könnte

mir vorstellen, dass jemand hinten sich darum gekümmert hat, während ich das Flugzeug flog", antwortet Sullivan und räumt Gott damit Platz sowohl in seinem Leben als auch in den Medien ein. Auch in den deutschen Medien, die den Held von Flug 1549 fleißig zitieren.

Ja, wir kennen die Wunder-Berichterstattungen, aber ist uns auch klar, dass wir damit Gott anrufen? Ihn regelrecht in die Schlagzeilen transportieren und in die Berichterstattung einladen? Bei Grubenunglücken geht es gar nicht ohne den Allmächtigen, wir alle kennen das Wunder von Lengede im Herbst 1963, wir erinnern uns an viele Unglücke danach bishin zum Wunder von San Jose, als 2010 nach 69 Tagen alle eingeschlossenen Bergleute gerettet wurden. Und nicht nur in den chilenischen Medien war da vom Wunder die Rede. Weltweit berichteten die Journalistinnen und Journalisten davon, wie wunderbar die Bergung der Verschütteten gelungen sei. Auch Medien, die ansonsten Religion, Glauben, Kirche, Gott kritisch, ja spöttisch begleiten, weisen ihm in Lengede, San Jose, auf dem Hudson River, in Eschede, im Spiel von Franz Beckenbauer, natürlich auch im Wankdorf Stadion 1954 in Bern seinen Platz zu. Das Wunder von Bern hat sich längst als fester Titel etabliert. Im Spiel selbst mutieren Torhüter wie Toni Turek in Sportreportagen zum Fußballgott, wofür sich Sportreporter Zimmermann übrigens beim Intendanten entschuldigen musste. Heutzutage ist der Fußballgott, wer immer das ist, auf Deutschlands Fußballplätzen geradezu allgegenwärtig. Ach, wieviel Glücks- und Pechmomente dem schon in die himmlischen Schuhe geschoben wurden, lässt sich kaum zusammenzählen. Die Sehnsucht nach einer Transzendenz scheint grade bei denen unstillbar zu sein, die sich im Übrigen als weltlich und fern von Kirche und Gott bezeichnen würden. Was macht ihr da, ihr Sportreporter? Viele von Euch führen Gott mit dem Zusatz Fußball doch nur als Lippenbekenntnis im Munde - ohne Substanz, nur weil grad kein besserer Begriff vorhanden ist. Ganz im Gegensatz zur substanziellen Nähe so vieler Fußballer zu ihrem Schöpfer: Grade auch Weltstars wie Lionel Messi - und er ist beileibe nicht der einzige - wenden ihren Blick vor dem Anpfiff gen Himmel, bekreuzigen sich oder danken mit erhobenen Händen ihrem Schöpfer für ihre Torerfolge. Unvergessen die Geste des deutschen Stürmers Cacau nach seinem Tor zum 4:0 im Spiel der WM 2010 gegen Australien. Glückstrahlend auf den Knien, die Augen gen Himmel, beide Hände erhoben, beide Zeigefinger nach oben deutend - ein betendes Danke schön. Fußballspieler wie Cacau richten damit stumme Botschaften an die Fernsehgemeinde. Sie signalisieren, dass sie nicht nur auf ihre eigene Kraft vertrauen. So ist Gott immer wieder präsent in den Medien, er wirkt auch durch die Gesten der Fußballidole.

Auch durch einen Mann wie Jürgen Klopp, einer der besten deutschen Fußballtrainer, der jetzt wieder mit seinem ehrlichen Bekenntnis, ihm fehle die Kraft zum Weitermachen in

Liverpool, für Aufsehen und ehrliche Anerkennung gesorgt hat. Klopp bekennt sich ganz explizit zu seinem Glauben. "Meine absolute Grundfeste, mein absoluter Stabilisator ist mein Glaube.", hat er 2016 in einem Fernsehinterview mit einem Kollegen aus der evangelischen Publizistik gesagt. Stark! Jürgen Klopp, seit 2015 Trainer des britischen Topklubs FC Liverpool, spricht in diesem aufsehenerregenden Gespräch über seinen Glauben, über die Bedeutung von Jesus Christus, über seine Beziehung zur Kirche. „Ich bin nicht erleuchtet worden oder sowas. Ich habe einfach für mich erkannt, dass ich da jemand habe, auf den ich mich verlassen kann,“ bekannte Klopp und reihte sich ein in die Riege der vom Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP) angeworbenen Prominenten, die sich als Botschafterinnen und Botschafter für das Reformationsjubiläum 2017 stark gemacht haben. Das Interview mit Jürgen Klopp erreichte zunächst auf evangelisch.de und dann auf unterschiedlichen Kanälen online und in social media - darunter youtube und bild - eine große Anzahl von Menschen. Darunter ganz sicher auch viele, die nicht zu den hochverbundenen Kirchgängern gehören, die sich aber für die Sicht von Prominenten wie Jürgen Klopp auf Gott und die Welt interessieren. Das mediale Bekenntnis des deutschen Erfolgstrainers zu seinem Glauben ist und war aufsehenerregend. Nehmen wir das eigentlich ausreichend wahr? Kann unsere Kirche würdigen, wie sehr uns Prominente wie Jürgen Klopp dabei helfen, Gott Platz in den Medien einzuräumen?

Gelinde Zweifel sind angebracht. Jürgen Klopp gehörte wie viele andere Prominente wie zum Beispiel Gundula Gause oder Frauke Ludowig zu den Botschafterinnen und Botschaftern in den Jahren vor und während des Reformationsjubiläums. Als wir zuende gefeiert hatten, haben wir es schlicht versäumt, diese Gruppe nach dem obligatorischen Danke schön zusammenzuhalten und zu pflegen. Möglich wäre es ja gewesen, die Gruppe einmal im Jahr zu einer Festveranstaltung einzuladen. Die Initiative dazu hat es nicht gegeben. Ich sage das ohne Schuldzuweisung, an diesem Versäumnis haben viele Anteil, auch das GEP, auch ich selbst. Aber auch in den zahlreichen synodalen Aufarbeitungsrunden zum Reformationsjubiläum, die ich erlebt habe, blieb das Engagement der Promi-Gruppe zumeist unerwähnt. Ich finde das schade, weil wir so Chancen verpassen. Chancen, die wir nutzen könnten, um mit Kirche und kirchlicher Medienarbeit dafür zu sorgen, die Präsenz von Gott in den Medien immer wieder zur Geltung zu bringen. Dauerhaft, nachhaltig. Und die mediale

Präsenz von Gott brauchen wir ja in einer säkularer werdenden Gesellschaft. Aus Fehlern lässt sich lernen - es gibt konkrete Ansatzpunkte zur Verbesserung unserer Kommunikationsarbeit.

Viele Akteure in der evangelischen Publizistik und der evangelischen Medienarbeit greifen diese Ansätze auf. Immer wieder sind prominente Persönlichkeiten bereit, mit uns in der Öffentlichkeit über Gott und die Welt zu reden.

So zum Beispiel Eckhard von Hirschhausen. „Uns bleiben keine zehn Jahre“, hat die Leserschaft des evangelischen Magazins *chrismon* als Statement des deutschen Fernsehmoderators im Juni-Heft 2023 auf dem Cover wahrgenommen. Hirschhausen nutzte das reichweitenstarke evangelische Magazin als Medium für seine Botschaft, die er auf dem Deutschen Evangelischen Kirchentag 2023 in Nürnberg dann wiederholt hat, auch mit seinen Auftritten auf der Bühne des Roten Sofas der evangelischen Kirchengebetspresse. Es geht Hirschhausen um den göttlichen Auftrag, die Schöpfung zu bewahren, wenn wir uns denn die Erde schon untertan gemacht haben. In diesem Rahmen will er die Millionenschar von Christinnen und Christen in diesem Land aufrütteln. „Kirche - Tu was“, lautete sein Appell, der bereits von vielen Medien, auch vielen christlichen Medien transportiert wurde.

Womit wir bei unseren eigenen medialen Angeboten und Möglichkeiten sind. Gern an der Seite starker Partner. Kirche im SWR lautet die Webseite, auf der zu finden ist, wonach wir heute suchen - Gott in den Medien. 3 vor 8, Begegnungen, Morgengedanken, Morgengruß, Lied zum Sonntag, Wort zum Tag, Zum Feiertag, Worte, Gedanken, Sonntags-, Feiertags-, Abendgedanken ziehen sich durch die Hörfunk-Programme von SWR 1 bis SWR 4, flankiert von Gottesdienstübertragungen im SWR-Hörfunk, im SWR Fernsehen, in all den anderen Programmen der Landesrundfunkanstalten und - überregional - im Ersten. Die zweitälteste Sendung im deutschen Fernsehen heißt Wort zum Sonntag, das am 8. Mai 1954 zum ersten Mal gesprochen worden ist und sich in Format, Bild, Wortwahl über die Jahrzehnte hinweg verblüffend weiterentwickelt hat. Im 21. Jahrhundert nehmen immer noch rund 1,2 Millionen Menschen (Stand 2023) regelmäßig zur Kenntnis, was ihnen die katholischen und evangelischen Sprecherinnen und Sprecher im wöchentlichen Wechsel auf den Weg in den Sonntag mitgeben und ihnen damit den göttlichen Beistand für die jeweils kommende Woche zusichern. Auch die sonntäglichen Gottesdienste im ZDF erreichen im Durchschnitt bis zu 800.000 Zuschauer, die

von Gott gesegnet ausschalten und in den Sonntag gehen können. Und wir haben noch nicht von den christlichen Formate in den Privatsendern gesprochen - die von den Firmen der Arbeitsgemeinschaft evangelischer Rundfunk (aer) produzierten Beiträge für die privaten Hörfunkprogramme tragen zur Vielfalt in der deutschen Hörfunk- und Fernsehlandschaft maßgeblich bei und öffnen den Hörerinnen und Hörern Türen zum Glauben und zu Gott. Filme in Fernsehen und Kino tun ihr übriges, es gibt mit ERF und BibelTV ganze christliche Senderketten. Wer wird den Film „Luther“ mit Joseph Fiennes in der Hauptrolle je vergessen, 2003 in den Toplisten der meistgesehenen Kinofilme ganz oben.

Kommen wir zu den eigenen prominenten Persönlichkeiten in unserer Kirche. Seit Jahrzehnten zählen Gespräche mit ihnen über Glauben und die Dinge des Lebens, für die sich auch Kirche interessiert, zu Ausdrucksformen der evangelischen Publizistik. So eröffnen sich Kontakte mit Menschen, die im Gottesdienst wohl selten anzutreffen wären. Ein Beispiel dafür ist die frühere Landesbischöfin der Evangelischen Landeskirche Hannovers und ehemalige Ratsvorsitzende der EKD, Margot Käßmann, die unter anderem mit ihrem Podcast Mensch Margot zusammen mit dem Radiosender NDR 1 Niedersachsen jahrelang Millionen von Zuhörerinnen und Zuhörern angesprochen und mit Gott in Verbindung gebracht hat. Auf den Podcast-Spuren in Zusammenarbeit mit NDR 1 Niedersachsen folgt ihr seit 2023 die Regionalbischöfin in der Landeskirche Hannovers, Petra Bahr, die sich als evangelische Christin aber auch als Mitglied im Deutschen Ethikrat im Podcast Bleib Mensch zu Wort meldet. Auf diese Weise schlägt die evangelische Publizistik mit ihren starken Partnern und auch mithilfe ihrer Verkündigungssendungen täglich Brücken zu Millionen von Menschen, auf denen Begegnungen mit Gott möglich sind. Gott ist in den Medien präsent!

Aber es gibt eben auch die schwarzen Tage für unsere Kirche wie die am 25. und 26. Januar 2024. Tausende Opfer sexualisierter Gewalt in evangelischer Kirche, titelt die Frankfurter Allgemeine Zeitung auf Seite 1. Ein Armutszeugnis stellt der evangelischen Kirche Kommentator Reinhard Bingener in seinem Leitartikel-Kommentar ebenfalls als Aufmacher aus, auf Seite 4 wird der EKD ein rabenschwarzer Tag bescheinigt. Es schreit einfach zum Himmel! Wie soll unsere Kirche ihren Verkündigungsauftrag erfüllen, wenn sie sich so desaströs schuldig gemacht hat? Wir kennen die Schuld seit 14 Jahren und müssen uns jetzt, 14 Jahre

danach, von den eigens beauftragten Forschern sagen lassen, wie groß unser Versagen ist. Der Vorwurf ist niederschmetternd: Nach einer so langen Zeit im Bewusstsein der Schuld zeigen die Zahlen der Forumsstudie, so haben es die Forscher formuliert, die Spitze der Spitze des Eisbergs. Das hat verheerende Folgen, es verstehen weder die Gläubigen noch die Journalistinnen und Journalisten, wie sich Kirche so in Schuld verstricken konnte. Da hilft nur Umkehr, radikale Umkehr. Mit einer solchen Schuld belastet wird der Zugang Gottes zu den Menschen und in die Medien nicht geöffnet, wie es Aufgabe der Kirche ist, sondern blockiert. Das muss sich ändern.

Wie verhält sich die evangelische Publizistik in der Berichterstattung über sexualisierte Gewalt in der evangelischen Kirche? Der ARD-Journalist und EKD-Synodale Arnd Henze schreibt dazu in einem Reader zu einer in diesen Tagen stattfindenden Publizistik-Tagung in Tutzingen:

„War der Umgang mit dem NS-Erbe in den 50er Jahren der Elefant im Raum der evangelischen Publizistik, so ist es heute der Umgang mit sexualisierter Gewalt in Kirche und Diakonie.“ Dann zitiert Henze mich selbst, aus meiner Rede anlässlich des 50 jährigen GEP-Jubiläums und spricht in diesem Zusammenhang von einem Lackmustest gelebter journalistischer Unabhängigkeit im Raum der evangelischen Publizistik.

Ich hatte gesagt:

„Über die Schuld der Kirche im Zusammenhang mit sexualisierter Gewalt muss gerade auch evangelische Publizistik in aller Freiheit und aller kritischen Distanz berichten können, ohne sich mit Kirche zu entsolidarisieren. In der Institution Kirche arbeiten eben Menschen, und die machen Fehler und können sich, wie wir in den Fällen sexualisierter Gewalt leider erkennen müssen, auch in Schuld verstricken. Das muss evangelische Publizistik in aller Deutlichkeit benennen.“

An diesem Anspruch will Henze uns messen und führt aus: „Wer eine leistungsfähige und unabhängige evangelische Publizistik will, muss sie personell, finanziell und strukturell dazu befähigen.“ Angesichts begrenzter Ressourcen werde das nur über die Bündelung von Kräften gelingen. Wer sein Geld in einen nicht mehr zukunftsfähigen Flickenteppich von Parallelangeboten investiere, verspiele die Chance, Kräfte zu bündeln und publizistische Akzente zu setzen. Der EKD und ihren Gliedkirchen bleibe ein kleines Zeitfenster, den epd und die Kirchenpresse

auch in Zeiten knapperer Kassen so zu stärken, dass sie als unverwechselbare und unverzichtbare Stimme in der medialen Pluralität unserer Gesellschaft wahrgenommen werden. Henze geht sehr weit: Er schlägt als konkretes Signal die Bildung einer Recherche- und Hintergrundredaktion unter dem Dach des epd vor. Die in garantierter journalistischer Freiheit recherchieren und crossmedial publizieren können müsse. Nur in Unabhängigkeit und Freiheit werde evangelische Publizistik auch in Zukunft eine relevante und unverzichtbare Stimme im säkularen öffentlichen Raum bleiben. Als solche aber werde sie mehr denn je gebraucht!

Evangelische Publizistik wird auch in Zukunft als relevante und unverzichtbare Stimme im säkularen öffentlichen Raum mehr denn je gebraucht - da stimme ich Henze zu. In aller Freiheit über Fehler und Schuld der evangelischen Kirche auch durch eigene Medien zu berichten, ist bitter nötig.

Denn die Existenz Gottes und seine Präsenz in den Medien wahrzunehmen, ist die eine Sache. Auf der anderen Seite aber muss uns eins klar sein: Wenn unsere Kirche es nicht schafft, überzeugende Antworten auf die drückende Schuld der Verfehlungen im Zusammenhang mit sexualisierter Gewalt zu finden, wird das Bild Gottes in den Medien blasser werden. Weil Kirche ihre Aufgabe nicht mehr erfüllen könnte - nämlich das Bild Gottes glaubhaft in die Öffentlichkeit zu transportieren. Welch eine Katastrophe wäre das! Allein die Selbsterständigkeit von Sendeplätzen in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten im Fernsehen und Hörfunk wird nicht auf alle Ewigkeit hin unantastbar bleiben. Wir müssen diese Sendeplätze hegen und pflegen, und das können wir nur, wenn wir die Kraft zur Reinigung und zur Selbstreinigung von tiefer Schuld finden. Dazu wird - auch - eine wirkmächtige freie evangelische Publizistik gebraucht. Unbedingt! Sonst berichten nämlich nur noch andere Medien über die Verfehlungen der Kirche - wieviel weiteres Vertrauen ginge dann verloren.

Noch, noch stehen uns die Selbstreinigungskräfte der evangelischen Publizistik zur Verfügung, noch. Und noch werden die von den säkularen Medien anerkannt. Bundesweite Ausweiskarten dafür sind das Supplement *chrismon* und die Nachrichtenagentur epd. Landeskirchliche Ausweiskarte ist hier in Württemberg vor allem das Evangelische Gemeindeblatt, mit 35.000 Abonentinnen und Abonenten und wahrscheinlich deutlich mehr als 100.000 Leserinnen und Lesern die reichweitenstärkste regionale Kirchenzeitung in Deutschland. Welch ein inhaltlicher

Schatz für die württembergische Landeskirche.

Allerdings: Wie diese Inhalte in den kommenden Jahren im Rahmen der digitalen Transformation an die Menschen vertrieben werden können, ist ein Thema, das einen weiteren Vortrag verdient hätte.

Bundesweit dürfen wir - Stand jetzt - feststellen: Verlagshäuser wie zum Beispiel Die Zeit und Die Süddeutsche transportieren das evangelische Magazin chrismon gern zu ihrer Leserschaft und betrachten es als redaktionelle Bereicherung. Laut Leitbild nimmt chrismon als Magazin der evangelischen Kirche in Deutschland an dem Bemühen teil, das Evangelium für die Gegenwart jeweils neu auszulegen und den christlichen Glauben in allen Lebensbereichen zur Geltung zu bringen. Nach den jährlichen Erhebungen der Allensbacher Markt- und Werbeträger Analyse (AWA) 2023 nehmen mehr als 1,4 Millionen Menschen das Supplement jeden Monat in die Hand, um es gründlich zu lesen.

Und dann die Nachrichtenagentur epd. Die hatte am 24 und 25. Januar, am rabenschwarzen Tag der EKD, eine Rekordzahl von Abdrücken in den weltlichen Zeitungen. Das werte ich als Kompliment für den epd, dem von den Verlagskunden offensichtlich unabhängige, freie Berichterstattung zu diesem sensiblen Thema zugetraut wurde. Dieses Vertrauen dürfen wir nicht verspielen. Und bitte nicht vergessen: Die Verlagskunden bezahlen für die Dienste des epd.

Mit einem Marktanteil von etwas mehr als 76 Prozent der Tageszeitungen nach Auflage und weiteren zahlreichen Kunden, darunter allen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten erreicht die evangelische Nachrichtenagentur eine bemerkenswerte Abdruck- und Verbreitungsquote. 2023 wurde eine epd Meldung nach der Erhebung des hannoverschen Kommunikationsinstituts aserto zu im Schnitt mehr als 16 Artikeln verarbeitet. epd schafft es, immer wieder Themen um Gott und der Welt in die säkularen Medien zu transportieren. Jeden Tag wieder.

Das Evangelische Gemeindeblatt, chrismon, epd: Das sind nur drei Beispiele für die weit gefächerte komplexe Welt der evangelischen Publizistik. Alle drei wirken auch auf Online-Plattformen, aber ansonsten haben wir die digitalen Ausspielungen noch gar nicht betrachtet. Machen wir hier jetzt auch nicht, weil die Frage nach Gott in den sozialen Medien - ich hatte es eben schon angedeutet - einen ganz eigenen Vortrag rechtfertigen würde. Kar ist aber: Auch und gerade dort werden wir

präsent sein müssen, wenn wir mit Gott und der Welt über alle Generationen hinweg im Gespräch sein und bleiben wollen.

Es bleiben meines Erachtens nach vier Kernfragen, auf die wir Antworten finden müssen, um die Präsenz Gottes in den Medien zu sichern.

Erste Frage:

Gelingt uns die digitale Transformation? Bundesweit gibt es publizistisch evangelisch.de, religionen-entdecken.de, ein-jahr-freiwillig.de, evangelische-zeitung.de, jesus.de, das Netzwerk yeet für social media, die Basis:Kirche für youtube. Zum Beispiel. Allein evangelisch.de verzeichnet für 2023 rund 13 Millionen visits und 31 Millionen Pis - ein deutliches Wachstum gegenüber 2022. Prima, aber trotzdem zu wenig. Ziel ist es, die Reichweite zu steigern. Dazu müssen wir uns sehr anstrengen, mit frischen Ideen, auch Kooperationsideen sind gefragt. Und: Kirche muss sich die digitale Transformation auch in der evangelischen Medienarbeit leisten können und wollen. Die einzelnen evangelischen Medienunternehmen werden das aus eigener Kraft kaum stemmen können.

Zweite Frage:

Benötigen wir eine weitere Bündelung der Kräfte in der evangelischen Publizistik? Ja, unbedingt. Sonst gehen wir unter, einerseits im weltweiten Web gegen die Techriesen Google, Amazon und Co., andererseits im Wettbewerb mit den großen Verlags- und Medienhäusern. Wir müssen eine kritische Größe erreichen, wenn wir in einer Gesellschaft, die immer weniger religiös wird, gegen die starke und mächtige Konkurrenz den Wettbewerb um Interesse, Zeit und Aufmerksamkeit bestehen wollen.

Dritte Frage:

Wieviel Finanzen hat Kirche für die evangelische Publizistik in Zukunft übrig? Wenn ich richtig hingehört habe, gibt es zum Beispiel in Württemberg ein sehr ermutigendes Signal. Hier soll die publizistische Arbeit finanziell nicht gekürzt werde.

Auch bundesweit werden bemerkenswerte Signale gesetzt. Die EKD-Synode will den eigenen Haushalt bis 2030 zwar um 30 % kürzen, aber nicht zu Lasten des Gemeinschaftswerks der Evangelischen Publizistik. Für das GEP hat die Synode in der mittelfristigen Finanzplanung keine Kürzung beschlossen, allerdings auch keine

Erhöhung. Für die Publizistik ist das einerseits ein großartiges, wertschätzendes Signal. Auch an dieser Stelle nochmal vielen Dank dafür. Andererseits bedeutet das bei steigenden Kosten natürlich auch die Abnahme der Finanzkraft. Die Debatte um die Gebühren der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten kennen wir alle - keine Anhebung wirkt sich als sinkende Finanzkraft aus.

Gibt es kreative Lösungen, um publizistisch beweglich zu bleiben? Um die Weiterentwicklung in einem dynamischen Medienmarkt möglich zu machen? Da sind wir flugs wieder bei der Bündelung von Kräften und den sich damit eröffnenden synergetischen Chancen.

Auch das ist eine Zukunftsfrage: Haben Kirche und ihre Publizistik die Kraft und vor allem - haben sie den kirchenpolitischen Willen, Kräfte zu bündeln? Ich vermute, dass es dazu in den kommenden Jahren noch viele interessante Diskussionen geben wird.

Vierte Frage:

Wie journalistisch frei darf evangelische Publizistik sein?

Falsche Frage. Richtiger wäre: Wie journalistisch frei **muss** evangelische Publizistik sein?

Die Antwort ist aus meiner Sicht ganz klar: Evangelische Publizistik muss redaktionell vollständig frei sein. Nur so kann sie ihre Funktion erfüllen - Publikum erreichen und als Selbstreinigungskraft der Organisation Kirche dienen.

Wir haben vier Fragen gestellt, die in die Zukunft weisen. Kehren wir ganz am Ende zurück zur Kernfrage dieses Vortrags: Gott in den Medien?

Ich behaupte: Ja, Gott wirkt in unserer abendländischen Kultur in den Medien. Häufig, ohne dass die Medien es selber wahrnehmen. Aber um der Präsenz Gottes und der befreienden und heilenden Botschaft von Jesus Christus in einer säkularer werdenden Welt weiter medialen Raum zu geben, müssen wir die uns zur Verfügung stehenden kommunikativen und publizistischen Kräfte stabilisieren und stärken. Wir dürfen nicht nachlassen.

Wenn wir das tun, wenn wir nicht nachlassen, wird Gott in auch den kommenden

Jahren trotz zurückgehender Religiosität in unserer Gesellschaft mehr in den Medien sein, als viele das denken. Mehr als Du glaubst!

Jörg Bollmann