

reformierte  
medien

*Jahresbericht* 2010

## Reformierte Medien

*Das Kommunikationsunternehmen  
der evangelisch-reformierten Kirchen  
der deutschsprachigen Schweiz*

*Reformierte Medien, Badenerstrasse 69  
Postfach, CH-8026 Zürich  
Telefon +41 44 299 3311, Fax +41 44 299 3391  
medien@ref.ch, www.reformierte-medien.ch*

*Der Vorstand der Reformierten Medien hat den  
Rechenschaftsbericht 2010 an seiner Sitzung vom  
22. März 2011 verabschiedet. Er legt ihn der  
Generalversammlung vom 7. Juni 2011 vor mit  
dem Antrag zur Genehmigung.*

*Redaktion:  
Urs Meier*

*Konzept:  
Medienpark, Zürich*

*Gestaltung & Produktion:  
Roger Arletti, Medienpark, Zürich*

*Fotografien:  
Gion Pfander, Medienpark, Zürich*

*Illustration S.26/27  
Manuela Frei*

*Druck:  
Schlaefli & Maurer AG, Uetendorf*

*Dieser Jahresbericht ist auf  
LuxoSamtoffset 200 g/m<sup>2</sup> (Umschlag) und  
LuxoSamtoffset 115 g/m<sup>2</sup> (Inhalt) gedruckt.*

# Inhalt

*Ein Bild, so will die Redensart wissen, sagt mehr als tausend Worte. Genau genommen stimmt das nicht ganz. Bilder beginnen zu reden, wenn sie mit Sprache in Berührung kommen. Sie brauchen den ausgesprochenen oder inneren Kommentar, das Gespräch oder vielleicht nur den flüchtigen Gedanken. Bedeutung hat ein Bild nicht in sich selbst; sie wird ihm zugeschrieben – individuell, situativ, kontextbezogen. Der Bericht der Reformierten Medien führt eine Beilage mit sich, die im Spielen mit Fotografien und Wörtern diesen Zusammenhang veranschaulicht. Ähnlich wie die Bildtafeln eines Flügelaltars lassen die Umschlagklappen sich über die Fotos legen. Die wechselnden Kombinationen bringen die Bilder zum Reden und ziehen die Betrachtenden ins Gespräch.*

#02_	Reformierte Medien im Überblick
#03_	Kennzahlen
#04_	Eine gemeinsame Vision für die Zukunftsplanung Vorwort des Präsidenten
#06_	Bilderverbot, Bildersturm, Bilderflut Urs Meier
#10_	Die Reformierten Medien im Jahr 2010 Rechenschaftsbericht des Vorstands an die Generalversammlung
#17_	Jahresrechnung und Finanzinformationen
#26_	Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
#28_	Mitglieder
#30_	Organe Reformierte Medien und Ökumenische Mediengruppe
#31_	Organigramm
#32_	Adressen

# Reformierte Medien im Überblick

Die Reformierten Medien sind das Unternehmen der deutsch-schweizerischen reformierten Kirchen für Medien- und Onlinekommunikation, Film und Multimedia, Gestaltung und Produktion, Beratung und Schulung.

→ [www.reformierte-medien.ch](http://www.reformierte-medien.ch)

## Information und Wissen

### **Reformierte Presse**

Wochenzeitung der reformierten Kirchen für Mitarbeitende und Interessierte

Aktualitäten, Hintergründe, Debatten, Services zu Kirche und Theologie, Religion und Gesellschaft

→ [www.reformierte-presse.ch](http://www.reformierte-presse.ch)

### **ref.ch**

Das Portal der Reformierten

Information und Wissen über die reformierte Welt, Guide zu kirchlichen Online-Angeboten

→ [www.ref.ch](http://www.ref.ch)

### **ref.ch News**

Online-Nachrichten von ref.ch, laufend via RSS Feed und Twitter, einmal täglich via Mailinglist

→ [www.ref.ch](http://www.ref.ch) → Rubrik News/Abonnieren

## Medienpark

### **Gestaltung und Produktion**

Beratung, integrierte Kommunikation und Corporate Design, visuelle Gestaltung, Fotografie, Corporate Publishing, Prepress, Projektsteuerung, Schulung

Agentur für (unter anderem) kirchliche Kommunikation

→ [www.medienpark.ch](http://www.medienpark.ch)

## IT und Internet

### **Webservices**

Beratung, Weblösungen, Webdesign, Programmierung, Web-Publishing, Schulung, Kirchenmail

→ [www.reformierte-medien.ch](http://www.reformierte-medien.ch) → Rubrik Webservices

### **Datenpark**

Hosting und Applikationsentwicklung, Beratung und Service

→ [www.datenpark.ch](http://www.datenpark.ch)

## Radio und Fernsehen

### **Sendungen SRF**

Produktionsberatung, Schulung, Begleitangebote für Radiopredigten, Radiogottesdienste, «Wort zum Sonntag», Fernsehgottesdienste

→ [www.radiopredigt.ch](http://www.radiopredigt.ch)

→ [www.videoportal.sf.tv](http://www.videoportal.sf.tv) → «Wort zum Sonntag» und «Sternstunden» [Gottesdienste]

### **Beratung und Schulung**

Sendekonzepte, mündliche Kommunikation, Medientraining, Coaching

→ [www.reformierte-medien.ch](http://www.reformierte-medien.ch) → Rubriken Radio Fernsehen und Kommunikationsberatung

## Film und Bildung

### **Kirchliche Filmarbeit**

Kurse, Publikationen und Referate zu Film und Theologie

Filmtipps, Film des Monats, KirchenKino

→ [www.medientipp.ch](http://www.medientipp.ch) → Rubrik Film

→ [www.kirchenkino.ch](http://www.kirchenkino.ch)

### **Medienladen**

Bildungsmedien zu Kirche, Religion und Gesellschaft

Verkauf, Verleih, Online-Download, Schulung, Beratung

→ [www.medienladen.ch](http://www.medienladen.ch)

## Medienkompetenz und Kommunikationsberatung

### **Beratung und Training**

Konzeptentwicklung, Schulung, Coaching, Grundlagenarbeit, Medienkritik, Medienpolitik, Interessenvertretung

→ [www.reformierte-medien.ch](http://www.reformierte-medien.ch) → Rubrik Kommunikationsberatung

### **Medienheft**

Online-Fachzeitschrift zu Kommunikation und Gesellschaft

→ [www.medienheft.ch](http://www.medienheft.ch)

### **Medientipp**

Pressedienst und Tipps für Sendungen zu Kirche, Religion und Gesellschaft

→ [www.medientipp.ch](http://www.medientipp.ch)

# Kennzahlen

## Mitarbeiter/-innen

31 fest angestellte Personen sind mit einem Pensum von 22 Vollzeitstellen beschäftigt, davon 9 (5,4 Vollzeitstellen) in der Ökumenischen Mediengruppe.

## Eigenwirtschaftlichkeit

58,9 Prozent des Gesamtumsatzes von 4,84 Mio. Franken werden mit Eigenleistungen erwirtschaftet. Die Beiträge der evangelisch-reformierten Kirchen der Deutschschweiz an die Reformierten Medien belaufen sich auf 1,99 Mio. Franken.

## Ausbildung

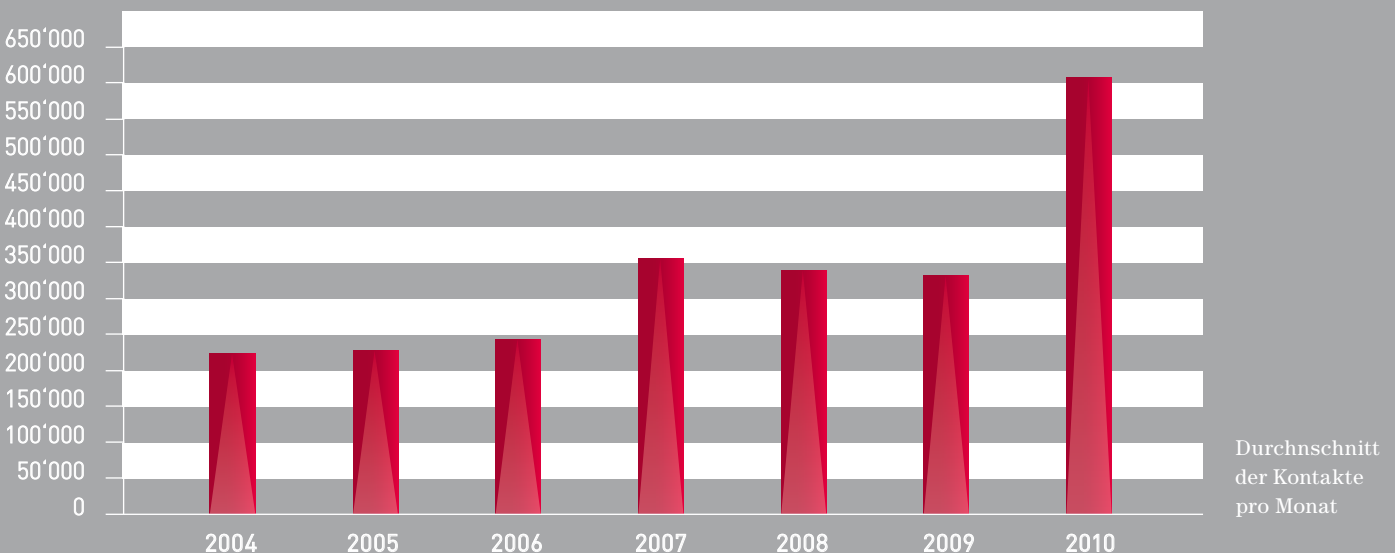
Die Reformierten Medien beschäftigen im Medienpark eine Jahrespraktikantin. Sie investierten 2010 in die externe Aus- und Weiterbildung rund 24'000 Franken. Hinzu kommt die interne Weiterbildung mit Kosten von knapp 22'000 Franken.

## Durchschnittliche monatliche Kontaktzahlen

Eigene externe Direktkontakte:	2010	2009
Reformierte Presse	21'300	22'200
andere Printprodukte	1'200	800
Portal ref.ch, Mailinglists ref.ch News und RP-Stellenmarkt	87'200	100'800
Internet Medienheft	14'200	13'400
Internet Medientipp	44'000	36'000
Medienladen Verleih, Verkauf, Beratung	32'600	35'700
Internet Medienladen	3'100	3'200
übrige Kontakte Telefon, Mail, Briefe, Meetings, Kurse	5'800	5'600
Publikationen und Auftritte in anderen Medien	391'000	63'000
Mailings	8'800	10'500
<b>Total direkte Kontakte</b>	<b>609'200</b>	<b>291'200</b>
<b>Indirekte Kontakte:</b>		
Content für Dritte	17'700	23'400
Predigten und Gottesdienste SR DRS	570'900	564'200
Gottesdienste und Wort zum Sonntag SF DRS	1'654'500	1'950'500
bei Medienpark produzierte Printprodukte	56'100	64'000
Übernahme ref.ch News *	500'000	500'000
Übernahme Medientipp (reformierte Titel) *	650'000	100'000
Übernahme Fotos Medienpark *	300'000	500'000
Werbung Theologiestudium	4'700	12'900
<b>Total indirekte Kontakte</b>	<b>3'753'400</b>	<b>3'715'000</b>

Zur Ermittlung der Kontaktzahlen werden bei Druckerzeugnissen je nach Produkt branchenübliche Kontakthäufigkeiten pro Exemplar eingesetzt, wobei unabhängig vom Erscheinungsrhythmus ein Zwölftel der Jahresproduktion als Basis gilt. Bei Periodika und Struktursendungen in Radio und TV wird die Kontaktzahl von der Anzahl Ausgaben bzw. Sendeterminen beeinflusst. Für Websites gilt die durchschnittliche Zahl der registrierten Anwendersitzungen. Neue Methoden der Publikumsforschung führen bei SF zu tieferen Werten und schränken die Vergleichbarkeit mit Vorjahreszahlen ein. Die Kontaktzahlen der Kategorien Verleih, Verkauf, Beratung, Telefon, Korrespondenz, Meetings, Kurse und Mailings beruhen auf Stichproben. Die Zahl der Kontakte aus Publikationen und Auftritten in anderen Medien stieg wegen dem grossen Medienecho von Medienpark dank der Kapuziner-Kampagne sowie wegen verstärkter journalistischer Tätigkeit der Filmbeauftragten stark an. Die mit Sternchen (\*) markierten Kategorien bei den indirekten Kontakten sind Schätzungen. Bei Medientipp ist «Reformiert Aargau» als neuer Pressedienst-Kunde dazugekommen.

## Entwicklung der eigenen externen Direktkontakte



# Eine gemeinsame Vision für die Zukunftsplanung

Vorwort des Präsidenten



David A. Weiss  
Präsident des Vorstands  
der Reformierten Medien

Die Reformierten Medien gründen auf einer gemeinsamen Vision ihrer Trägerschaft. Diese geht davon aus, die Zusammenarbeit auf deutschschweizerischer Ebene unterstütze die Kirchen bei der Erfüllung ihres Auftrags. Daher erwarten die Kirchen, dass die Reformierten Medien ihnen durch solche Partnerschaft in den Bereichen Presse und Information, Film und Gruppenmedien, Radio und Fernsehen sowie allgemein in den Fragen von Kommunikation und Medien einen Gewinn an Kompetenz und Wirkung bringen.

Weit mehr als die Hälfte der zwanzig deutschschweizerischen Trägerkirchen der Reformierten Medien sind in einem andern Kommunikationsbereich, der Mitgliederpresse, ebenfalls Partnerschaften eingegangen. Daneben verfügen die grossen und mittleren Kirchen über eigene, teilweise sehr gut ausgebaute Kommunikationsstellen. Die Dienstleistungen dieser Stellen sind breit gefächert und klar auf die engeren Bedürfnisse der betreffenden Kirche ausgerichtet. Es entspricht dem erklärten Willen der Kirchen, wenn die Reformierten Medien für die Zukunft engere Zusammenarbeit mit diesen Fachstellen und Redaktionen anstreben. Auch auf gesamtschweizerischer Ebene, insbesondere mit dem Schweizerischen Evangelischen Kirchenbund, sind Planung und Tätigkeit auf bestmögliche Art abzustimmen.

Der Vorstand der Reformierten Medien hat sich im Berichtsjahr 2010 mit der mittel- und längerfristigen Planung des Unternehmens beschäftigt. Im Vordergrund dieser Arbeit steht die Festlegung der Leistungen, welche die Trägerschaft zukünftig von ihrem Unternehmen erwartet. Die Beantwortung dieser Frage ist in der stark föderalistisch geprägten Interessenlandschaft der Trägerkirchen nicht einfach. Der Umstand, dass der Medien- und Kommunikationsbereich sowohl technisch als auch wirtschaftlich einem raschen Wandel unterworfen ist, erschwert die Verständigung über die gemeinsamen Interessen zusätzlich. Dieser Komplexität trägt der Vorstand Rechnung. Mit starkem Einbezug sowohl der Trägerschaft wie der operativ Verantwortlichen des Unternehmens bemüht er sich um einen transparenten, breit abgestützten Planungsprozess.

Die gegenwärtige Tätigkeit des Unternehmens leitet sich aus dem Leistungsauftrag 2009 bis 2013 ab. Mit der Evaluation der heutigen Produkte und Dienstleistungen erarbeitete der Vorstand einen wertenden Ausblick auf die mögliche Gestalt des Unternehmens ab 2014. In der Fortschreibung des bisherigen Geschäftsmodells rechnet der Vorstand weiterhin mit einem Kernauftrag, der den obligatorisch mitfinanzierten Leistungsteil umfasst. Ein Zusatzauftrag erlaubt wie bisher nichtsubven-

tionierte Leistungen, die den Kirchen und Dritten angeboten werden. Bei der Definition des Kernauftrags müssen neben Leistungsansprüchen der einzelnen Kirchen auch betriebswirtschaftliche Überlegungen einbezogen werden. So gilt es, Synergien zwischen den Leistungen zu erzielen, den Bereichen genügend grosse Geschäftsfelder zuzuweisen und dem Unternehmen die nötige Bewegungsfreiheit zu geben. Doch ohne die Bereitschaft der Kirchen, den Aspekt der Solidarität neben Eigeninteressen und Wirtschaftlichkeit als dritten Faktor in die Diskussion um den Kernauftrag einzu beziehen, kann das gemeinsame Unternehmen nicht in die Zukunft geführt werden. Die Mitgliedschaft in gemeinsam getragenen Organisationen deckt immer nur einen Teil der Eigeninteressen ab. So lapidar diese Einsicht ist, für die Entwicklung des neuen Leistungsauftrags ist sie eine Bedingung. Ohne sie ist das Resultat, die gemeinsam und verbindlich getragenen Kommunikationsaufgaben zu benennen, nicht zu erreichen.

### **Impulse und Diskussionen**

Im Rahmen der Vorarbeiten für die Revision der Verfassung des Schweizerischen Evangelischen Kirchenbunds hat der Rat SEK im Jahr 2008 eine Umfeldanalyse in Auftrag gegeben. In der nun in Buchform vorliegenden Studie von Jörg Stolz und Edmée Ballif «Die Zukunft der Reformierten» (Theologischer Verlag Zürich, 2010) ist der Aspekt der Kommunikation von grosser Bedeutung. Wieweit die Reformierten Kirchen der Deutschschweiz ihr Kommunikationsunternehmen Reformierte Medien in die Diskussion um diese Aufgaben einbeziehen wollen, hängt von ihrem politischen Willen ab. So oder so kommen die Kirchen nicht darum herum, einen Konsens darüber zu erarbeiten, welche Kommunikationsaufgaben wo von wem zu leisten sind. Die Reformierten Medien

sind von ihrer Zweckbestimmung her bereit, zur Erfüllung ihres Auftrags mit anderen Unternehmen und Organisationen zusammenzuarbeiten. Erfahrungen der letzten Jahre zeigen jedoch, wie heikel solche Felder möglicher Zusammenarbeit sein können. Ohne klare Entscheide der Kirchen an die Adresse aller Kooperationspartner sind die Möglichkeiten zur Zusammenarbeit eng begrenzt.

Der Vorstand hat die Trägerschaft an der Mitgliedertagung vom 8. Februar 2011 über den Planungsprozess der lang- und mittelfristigen Zukunft der Reformierten Medien informiert. Ein Referat von Jörg Stolz, Professor für Religionssoziologie und Direktor des Observatoire des Religions en Suisse der Universität Lausanne, arbeitete die in der genannten SEK-Studie zutage getretenen Herausforderungen für die kirchliche Kommunikation heraus. Die Teilnehmenden setzten sich zudem mit den Überlegungen des Vorstands zur zukünftigen Positionierung des Unternehmens auseinander. Die an der Tagung erarbeiteten Aussagen darüber, wo sich ein Konsens abzeichnen kann und wo Dissens vorliegt, werden dem Vorstand in seiner weiteren Arbeit dienen. Die Frage nach der gemeinsamen Vision als Ausgangspunkt für die Zukunftsplanung stellt sich weiterhin. Es ist zu hoffen, dass sich die Trägerkirchen verbindlich in den Prozess eingeben. Denn ohne die Erwartungen der Kirchen zu kennen, lässt sich ein kirchliches Unternehmen nicht führen.

Neben der aus der Sicht des Vorstands dominanten Planungstätigkeit lief selbstverständlich die normale Arbeit der Reformierten Medien. Über sie wird in diesem Bericht Rechenschaft abgelegt. Im Namen des Vorstands danke ich der Trägerschaft für ihre Solidarität mit dem Unternehmen und allen Mitarbeitenden für das Engagement, das die Kirchen in ihren Kommunikationsaufgaben unterstützt.

# Bilderverbot, Bildersturm, Bilderflut

Reformierte Bezüge zum Visuellen



Urs Meier  
Geschäftsführer  
der Reformierten Medien

Die reformierte Konfession gilt als spröde gegenüber dem Sinnlichen. Ihre Gottesdienste seien «wortlastig», die Rituale steif, die Inszenierungen mager. Das hört man von verschiedenen Seiten: als abschätziges oder bedauerndes Verdikt von Aussenstehenden und als bewegte Klage aus den eigenen Kreisen. Das ist zwar ein oberflächliches Pauschalurteil, aber ganz falsch ist es trotzdem nicht. Den Protestanten, und unter diesen besonders den Reformierten, haftet oft eine Strenge an, eine Askese gegenüber allem Pompösen, Inszenierten, Spielerischen, Theatralischen. Glaube und Kirchenkultur des Protestantismus äussern sich in bedeutungsgesättigten Worten und gravitätischer Musik, einem hochkulturellen Schema also, das getragen ist von Innerlichkeit, Gedanklichkeit und gehobenem Ausdruck. Im Mittelpunkt steht das hörende Individuum. Mit dieser Fokussierung wird die reiche, oft ekstatische religiöse Erlebniswelt des Kultes gewissermassen gebändigt zum protestantischen Gottesdienst. Dieser ist darauf angelegt, die Anwesenden als verstehende Personen anzusprechen. Die reformierte Liturgie sieht die Gemeinde als Versammlung von Individuen, nicht als überwältigte und gelenkte Schar von Eingeweihten.

Im Einflussbereich Zwinglis und Calvins führte diese Art von geistlicher Rationalität mitunter zu einem Rigorismus, der das Glaubensleben als nie endenden Parcours zur persönlichen Vervollkommnung verstand. Für dieses ewig ferne Ziel brauchte es Bibelauslegung, Gebet, Gesang – alles andere lenkte nur ab.

Das ist Vergangenheit. Reformierte sind keine strengen Calvinisten und Zwinglianer mehr. Theologische Entwicklungen und ökumenische Kontakte haben die Konfessionen geöffnet und binnenkirchliche Multikulturen entstehen lassen. Aber das Erbe der ästhetischen Askese ist noch da. Reformierte Kirchen sind zwar längst nicht mehr grundsätzlich bildlos, aber noch immer arm an visuellen und szenischen Ereignissen. Ganz aus der Luft gegriffen ist das eingangszitierte Klischee also tatsächlich nicht. Seine Berechtigung erweist sich oft ausgerechnet da, wo man sich mit bestem Willen bemüht, den sinnlich-emotionalen Defiziten reformierter Liturgien abzuhefen. Einzelne glauben den Mangel angehen zu können, indem sie das Abendmahl zum festen Mittelpunkt der Liturgie erheben. Dieses hochkirchliche Rezept bleibt eine Randerscheinung, weil es von reformierten Gewohnheiten und Sensibilitäten

r von Eingeweihten

## Innerlichkeit

verstehende Personen      das Zweite Gebot      bis zur Übersättigung visuell aufgeladen  
Suche nach Wahrheit  
Nimbus      Bildermagie      Kulturrevolution      Qualität eines Mediums  
Wettbewerb der Sichtbarkeit      religiöse Bildsprache  
ebändig      Himmelschlüssel      Reflexion des Wahrgenommenen  
Klischeebild      Etikettierung      Deutung      spröde gegenüber dem Sinnlichen      Kahlschlag  
Werbung      Bilderstürme      Strenge      Eruption



wegführt. Häufiger ist die Praxis, Gottesdienste mit Einlagen aus dem sozialpädagogischen Methodenkoffer anzureichern; der didaktische Beigeschmack, den solche Feiern leicht annehmen, kann allerdings befremdlich wirken. Kaum besser steht es mit Ritualen, die zum Zweck der emotionalen Kommunikation erfunden werden; sie entkommen selten der Problematik, dass verstimmt reagiert, wer die Absicht merkt. Solche Versuche haben ihren Ort meist in besonderen Gottesdiensten und zählen quasi zum kirchlichen Repertoire für spezielle Anlässe und Gruppen. Nahezu normal ist hingegen die Mode geworden, die Liturgie laufend zu kommentieren. Was man im Gottesdienst sagt und singt, wird erklärend, manchmal fast entschuldigend angekündigt. Obschon die Moderation das Traditionsgut zugänglicher machen möchte, wird dessen Fremdheit womöglich durch den ständigen Wechsel zwischen «Reden» und «Reden über das Reden» überhaupt erst als störend empfunden.

### Hören und Sehen

Es lässt sich nicht umgehen oder kaschieren: Reformierte Gottesdienste sind anspruchsvoll. Sie gelingen dank dem Vertrauen, dass die Gemeinde hören will, und sie nähren die Bereitschaft zum Hören durch die Kraft von Wort und Musik. Die Einsicht, der Glaube komme vom Hören, hat in der Reformation Sprengkraft bekommen. Gottesdienstverständnis und Kirchenkultur sind davon besonders bei Zwingli und Calvin tief geprägt. Für reformierte Theologie ist das Hören gegenüber dem Sehen vorrangig. Das Ohr ist der Sinn des Gemüts und der Vernunft, es sucht die Zentrierung auf jeweils eine Sache und ist dabei gebunden an den Ablauf der Zeit und der narrativen Redeform. Auch lässt sich das Hören nicht ausschalten. Es ist Teil des wachen Lebens und immer wieder angewiesen auf die Ruhe- und Echoräume der Stille. Gegenüber dem Auditiven ist das Visuelle

zunächst ein Überfliegen oder Streifen von Eindrücken, gesteuert von Blickrichtungen und Erkennungsmustern. Es erzeugt ein Gemenge von Emotionen und Informationen und tendiert zur gleichzeitigen Wahrnehmung von möglichst Vielem, um da und dort auf einen Brennpunkt umschalten zu können.

Ob die theologische Priorität des Hörens vor dem Sehen tatsächlich zur Geringschätzung von Bildern und visuellen Inszenierungen führen soll, wie das in der Reformationszeit geschehen ist? Darauf ist noch zurückzukommen. Es ist eine historische Tatsache, dass der Bildersturm des frühen 16. Jahrhunderts, also die Entfernung und grossenteils Zerstörung von Altären, liturgischen Gewändern und Geräten, Tafelbildern, Statuen, Wandmalereien etc. besonders im Gebiet der zwinglianischen Reformation wenig übrig gelassen hat. Der Kahlschlag in den Kirchen ging parallel mit der Abschaffung sichtbarer und in Szene gesetzter Religiosität im damaligen Alltag. Es verschwanden Wegkreuze, Prozessionen, das Klosterleben, aber auch viele Bräuche und Feiertage. Die Gründe hierfür waren nur teilweise theologischer Art. Der Erfolg der Reformation verdankt sich in starkem Mass der Verschränkung religiöser, sozialer, wirtschaftlicher und machtpolitischer Interessen. Auch bei der Entfernung von Bildwerken und Schmuck aus den Kirchen ging es nicht allein um die Konzentration auf das Hören des Gotteswortes, sondern ebenso sehr um Auflehnung gegen provozierenden kirchlichen Reichtum und die symbolische Eliminierung klerikaler und vielfach auch weltlicher Macht.

Für die Bestimmung eines reformierten Verhältnisses zum Visuellen ist es

nicht unwichtig, die Gründe für die Bilderfeindlichkeit der Reformation zu kennen. Im Spätmittelalter hatte sich ein magisch-autoritärer Bilderkult breitgemacht, der weniger der religiösen Kontemplation diente als vielmehr der Repräsentation von Macht und der Festigung von Abhängigkeiten. Unter Berufung auf das Zweite Gebot («Du sollst dir kein Gottesbild machen...», Exodus 20,4) bezeichnete die reformatorische Polemik Altäre, Bilder und Statuen unzweckmässig als «Götzen», von denen die Kirchen zu reinigen seien. Die Tatsache, dass die biblisch begründete Ablehnung des Kirchenschmucks das Volk vielerorts zu tumultartigen Bilderstürmen bewegte, lässt ahnen, dass die Entfernung und Zerstörung der Bildwerke eine Eruption lange angestauten Zornes war, ein Aufstand von Unterdrückten gegen die Symbole ihrer Knechtschaft. Aus Furcht, die Kontrolle über die Revolte zu verlieren, nahm die Obrigkeit die Entfernung der Bilder selbst in die Hand: Stifter von Werken wurden aufgefordert, diese abzuholen, und die Räumung der Kirchen vollzog sich vielfach in geordneten Bahnen. Es bleibt jedoch eine Tatsache, dass die Bilderstürme gewaltige Mengen an Kulturgütern vernichtet haben. Allerdings muss hinzugefügt werden, dass die Klage über den Verlust von Kunstschätzen einer romantisch-modernen Sichtweise entspringt. Bis ins Spätmittelalter waren Bilder und sonstige Kunstobjekte im wesentlichen handwerkliche Produkte, die vielfältigen Repräsentationszwecken dienten. Bilder galten als Stellvertreter des Dargestellten und waren als solche mit dem Gezeigten eins. Diese Weise des Repräsentierens gründete tief in archaisch-magi-

schen Vorstellungen. Wurde Bildwerken die Eigenschaft der Vergegenwärtigung von Göttlichem, Heiligem oder von Herrschenden aberkannt, so reduzierte sich ihre Bedeutung auf den materiellen Wert des Edelmetalls oder Brennholzes.

Herrschaftsinstrumente konnten Bilder damals nur sein, weil Abbildungen im normalen Leben der Beherrschten Seltenheitswert hatten. Zeichnungen, Stiche, Gemälde, Skulpturen, bildlicher Zierrat waren nicht alltäglich. Was wir darstellende Kunst nennen, war für das Volk am ehesten in Kirchen zugänglich. Diese waren wohl die eigentlichen Bilderorte, Räume der Begegnung mit dem Nicht-Anwesenden, dem lediglich Repräsentierten. Hier sahen die Menschen religiöse und weltliche Herrschaftsverhältnisse abgebildet, in die sie selbst hineingestellt waren. Religiösen Stätten kam in diesem Sinn die Qualität eines Mediums zu: Sie orientierten die mittelalterlichen Betrachter in den grossen Zusammenhängen und Sinnfragen ihres Lebens.

### Was Bilder bedeuten

Auch die moderne Welt ist von Bildern bestimmt, wenn auch in anderer Weise. Der Alltag ist bis zur Übersättigung visuell aufgeladen. Die unbegrenzte Menge an Bildern, der heutige Menschen passiv ausgesetzt sind und die sie aktiv wählen und heranziehen können, erscheint mittlerweile zwar als Selbstverständlichkeit. Historisch ist dies jedoch ein junges Phänomen. Vor den ersten Fotografien von Joseph Nicéphore Niépce und Louis Jacques Mandé Daguerre im

frühen 19. Jahrhundert existierten keine apparativ hergestellten Abbilder. Erst gegen Ende des Jahrhunderts gab es gerasterte Fotos, die in Massenaufgaben gedruckt werden konnten. In den letzten 130 Jahren haben Fotografie und Film eine Kulturrevolution bewirkt, die in einer Reihe steht mit den Medien-Epochenschritten der Menschheit: den Erfindungen von Schrift (4. Jahrtausend v. Chr.) und Buchdruck (in China 14., eventuell schon 11. und in Europa Mitte 15. Jahrhundert). Erst massenhafte Verfügbarkeit hat die Bilder allmählich entzaubert. Ein archaisches Verständnis hatte ihnen magische Kräfte zugeschrieben und sie nicht nur als Symbole, sondern als Träger von Macht gesehen. Mehr noch, sie hatten als Wesenheiten gegolten, die zu handeln fähig sind: Bilder verhexten oder heilten, bannten oder erlösten. Vollständig verschwunden sind derartige Erscheinungsformen von Bildermagie natürlich nicht; sie behaupten in vormodernen Kulturen ebenso unangefochten ihren Platz wie in deren neoarchaischen Reflexen, nämlich den Herrscher- oder Starkulten. Doch trotz solchen keineswegs marginalen Anachronismen führt kein Weg hinter die rationale Entmächtigung der Bilder zurück. Ästhetik versteht sie als Sinnkonstrukte, Semiotik liest sie als Zeichen, Psychologie verbindet sie mit seelischen Vorgängen – und der unbefangene Verstand sieht in ihnen unmittelbar, was sie zeigen.

Ein populäres Verständnis fotografischer und filmischer Bilder betrachtet diese als eine Art Fenster zur Welt, rechteckig begrenzte zweidimensionale Abbildungen der Wirklichkeit. Obschon diese Definition mindestens zwei Elemente enthält, die beim menschlichen Sehen nicht vorkommen, nämlich die

starre Begrenzung und die Zweidimensionalität, macht es dem modern konditionierten Spontanverständnis keine Schwierigkeiten, in Bildern Wirklichkeit zu sehen. Das ist eigentlich erstaunlich, da wir es ja gewohnt sind, selbst solche Bilder herzustellen und aus Erfahrung wissen, dass sie gewählt, arrangiert und bearbeitet sind. Vermutlich ist denn auch das vorherrschende Verhältnis zu Bildern kein rein naives. Vielmehr steht die unmittelbare Gleichsetzung von Bild und Wirklichkeit neben einem reflektierten Bezug zum Bild, und die Betrachtenden schalten mühelos hin und her zwischen dem pragmatischen «Sehen, was da ist» und dem prüfenden «Infragestellen, was gezeigt wird».

Dieses Umschalten zwischen spontaner Wahrnehmung und Reflexion des Wahrgenommenen spielt auch eine Rolle beim komplexen Vorgang, Bildern eine Bedeutung zuzuschreiben. Bilder sprechen nicht. Sie werden erst im Prozess der Betrachtung zum Reden gebracht. Was sie sagen, wird im Comic mit Sprechblasen angezeigt, bei Pressebildern in der Legende erklärt und im Film durch den Ton beeinflusst. Ob derartige begleitende Kommunikationskanäle mit im Spiel sind oder nicht, ändert wenig daran, dass die Betrachtenden den Bildern mit einem inneren Diskurs Bedeutungen und Aussagen beifügen. Wer Bilder sieht, bringt sie unwillkürlich auf irgendeine Weise selber zum Sprechen oder folgt den Bildkommentaren Dritter. Diese macht man sich zu eigen oder nimmt sie zum Anstoss für eigene Deutungen. Was hier etwas ambitiös als «Kommentierung» von Bildern bezeichnet wird, führt in Wirklichkeit nur ausnahmsweise zu klaren, reflektierten Aussagen. Viele dieser «Diskurse» enden nach einem Augenblick bei Etikettierungen gemäss momentaner Betroffenheit, persönlichem Geschmack oder aktuellen Moden. Doch egal, wie spontan und beiläufig oder

Klage

Begegnung mit dem Nicht-Anwesenden

Bilder sprechen nicht

Fenster zur Welt

Versammlung von Individuen

ritische Kraft Gedanklichkeit

Repräsentation von Macht

Bereitschaft zum Hören

## Schar von Eingeweihten

Gleichsetzung von Bild und Wirklichkeit

Schar von Eingeweihten

gewählt, arrangiert und bearbeitet

Gebet

## Bibelauslegung

## Entmächtigung der Bilder

## Bilderkult

arm an visuellen und szenischen Ereignissen

methodisch und tiefschürfend die Kommentierung abläuft: Es sind immer sprachliche Vorgänge, die Bildern Bedeutungen geben.

**Religions- und Bildkritik**

Die Bilderflut der modernen Zivilisation bliebe deshalb im eigentlichen Sinn stumm und bedeutungslos, wären die Bilder nicht mit Informationen und Botschaften verknüpft. Aktuell und historisch dokumentierende Bilder können nur gelesen werden, wenn Orte, Situationen, Anlässe, Personen und Zusammenhänge bekannt sind. Expressive Bilder machen ganz unterschiedliche Aussagen je nach den kommentierenden Diskursen, in die sie verwickelt werden. Interessant ist in diesem Zusammenhang die Verwendung von Bildern in der Werbung. Um die gewünschten Effekte zu erreichen, setzt Reklame bevorzugt Bilder ein, die möglichst eindeutig eine bestimmte Bedeutung suggerieren, also eine fixierte Kommentierung mitliefern. Die Klippe dabei ist das abgedroschene Klischeebild: Ist die Suggestion plump und platt, so lehnen die Betrachter den unterstellten Kommentar ab und machen sich ihren eigenen Reim – meist nicht im Sinne der Erfinder. In die gleiche Falle tappt häufig die religiöse Bildsprache. Die überdeutliche, klischeehafte Aufladung mit besinnlich-geistlichen Bedeutungen lässt die Bilder in den Kitsch abgleiten.

Angesichts der immensen Masse visueller Botschaften stehen die Kirchen in einem Wettbewerb der Sichtbarkeit. Dabei hat die reformierte Konfession primär keine sehr guten Karten. Der Vergleich

mit der visuellen Opulenz des katholischen Vis-à-vis macht es deutlich. Der Unterschied hängt nicht allein an vordergründigen Qualitäten. Der schlichteste katholische Dorfaltar hat einen Nimbus. Das ist wie ein Glanz von einer anderen Welt. Diese Kirche sieht sich eben mit allem, was sie ist und tut, als Werk Gottes. Es ist ihr selbstverständlich, dies sichtbar zu machen, egal ob unter Bedingungen der Armut oder des Reichtums. Katholische Kirchlichkeit repräsentiert ein Selbstbild als Statthalterin des Jenseitigen und Vermittlerin des Heils. Repräsentation ist ihre Raison d'être, und entsprechend ungebrochen ist ihr Verhältnis zum Sinnlichen. Sie weiss sich legitimiert, Glaubensinhalte greifbar und sichtbar zu machen. Die Präntion der alleinigen Kompetenz zur Heilungsvermittlung, symbolisiert im Himmelsschlüssel als Insignium des Papstes, verleiht der katholischen Lehre Autorität nach innen und scharfe Konturen nach aussen. Die festgelegte Bildwelt dient auch der Befestigung von institutioneller Macht. Ungebrochene Selbstgewissheit der Institution, monarchisches Prinzip und bildstarke Vermittlung der Inhalte sichern dem römischen Katholizismus einen Spitzenplatz im Kampf um Aufmerksamkeit. – Einem Missverständnis ist vorzubeugen: Das Katholische ist hier schematisch und monolithisch dargestellt nicht etwa, weil dies auf die gesamte katholische Kirche zuträfe (der Schweizer Katholizismus ist nicht weniger vielstimmig als der Protestantismus), sondern weil die hierarchische Spitze diese Kirche genau so zeigen will und die Medien sie weitgehend so wahrnehmen.

Was heisst das für die reformierte Kirche? – Zum Wetteifern mit der römischen

Hierarchie und erst recht dem vatikanischen Pomp gibt es glücklicherweise keine Veranlassung (ganz abgesehen von der Aussichtslosigkeit eines solchen Bemühens). Vielmehr tut die reformierte Kirche gut daran, am Vorrang des Hörens vor dem Sehen festzuhalten, ihre Kultur des anspruchsvollen und die Menschen ansprechenden Gottesdienstes zu pflegen sowie ihre Fähigkeit zum kreativen und kritischen Umgehen mit der Bilderwelt zu kultivieren.

Dieses Programm erfordert eine stetige Auseinandersetzung mit der Bedeutung des Bilderverbots. Es ist ein Angelpunkt abendländischer Geistigkeit und Kultur. Sich kein Gottesbild zu machen, ist elementare Selbstbescheidung bei der Suche nach Wahrheit und Verzicht auf angemassete Verfügungsgewalt über das Absolute. Im Bilderverbot steckt die radikalste Religionskritik, welche innerhalb von Religion möglich ist. Es ist die Absage an die aller institutionell verfestigten Religion anhaftende Tendenz, das Göttliche dingfest und verfügbar zu machen. Die Bildlosigkeit des Kultes setzt eine Zäsur, die nicht bloss ein weltgeschichtlicher Moment ist, sondern eine kritische Kraft gegenüber jeder autoritativen Festlegung.

Mit ihrem Rückgriff auf das biblische Bilderverbot hat sich die Reformation dieses Potenzial neu erschlossen. Herausgefordert ist solche Kritik in unserer Situation nicht mehr von kirchlicher Gefühlsmanipulation, sondern von einer kommerziellen und propagandistischen Bilderflut. Diese droht die Fähigkeit zur eigenständigen Kommentierung und Deutung von Bildern wegzuschwemmen. Es entspricht einer gut reformierten Haltung, dem Overkill des Visuellen nicht entfliehen zu wollen in einer weltabgewandten Haltung, sondern Bilder zu besprechen und zum Reden zu bringen – und so das Sehen zu verbinden mit dem Hören und Verstehen.

# Die Reformierten Medien im Jahr 2010

Rechenschaftsbericht des Vorstands  
an die Generalversammlung

## Breit aufgestellt, flexibel organisiert

Die Reformierten Medien sind das Produkt einer langen Reihe von Zusammenschlüssen deutschschweizerischer reformierter Medienorganisationen und einer stetigen Anpassung an neue Anforderungen. Ihr Tätigkeitsfeld ist breit und in dauernder Entwicklung. Ein Teil der Leistungen wird in Zusammenarbeit mit dem Katholischen Mediendienst erbracht. Ökumenische Kooperationen spielen in mehreren Unternehmensbereichen eine tragende Rolle. Der Rechenschaftsbericht fasst deshalb die Tätigkeiten zweier Rechtssubjekte zusammen, nämlich der Vereine Reformierte Medien und Ökumenische Mediengruppe. Letztere ist die gemeinsame Tochterorganisation der Reformierten Medien und des Katholischen Mediendienstes.

Entsprechend dem breiten Aufgabenspektrum sind die Leiterinnen und Leiter der acht Bereiche (vgl. Organigramm S. 31) mit viel Eigenverantwortung ausgestattet. Das Unternehmen Reformierte Medien und die Ökumenische Mediengruppe gliedern sich in zwei Dutzend Geschäftseinheiten (sog. Projekte), die mit strategischen Vorgaben, Vollkostenrechnungen sowie Budgets mit Ergebniszelen geführt werden. Diese Organisationsform bringt in dem sich ständig verändernden Umfeld die nötige Flexibilität und eine gute Steuerbarkeit. Zusammen mit dem Geschäftsführer bilden die Verantwortlichen der Bereiche das Leitungsteam des Unternehmens; ein Teil von ihnen führt ausserdem gemeinsam mit den katholischen Kollegen die Ökumenische Mediengruppe. Der Geschäftsführer ist dem Vorstand der Reformierten Medien gegenüber für das Gesamtunternehmen verantwortlich.

## Leistungsauftrag

Die Reformierten Medien sind ein Gemeinschaftswerk aller zwanzig reformierten Kantonalkirchen der Deutschschweiz und der Evangelisch-methodistischen Kirche. Diese Trägerschaft erteilt dem Unternehmen Reformierte Medien jeweils für fünf Jahre einen Leistungsauftrag, verbunden mit einem Finanzplan für den gleichen Zeitraum. Das Berichtsjahr 2010 war das zweite in der laufenden Planungsperiode, die bis Ende 2013 reicht. Den Reformierten Medien werden grundsätzlich diejenigen Aufgaben zugewiesen, die am besten und günstigsten auf Deutschschweizer Ebene bearbeitet werden. Ausserdem leistet das Unternehmen Support, wo die Kantonalkirchen es wünschen. Ferner ist es auf dem kirchlichen und allgemeinen Markt tätig.

Da die Möglichkeiten und Bedürfnisse der Mitgliedkirchen stark differieren, sind die Aufgaben der Reformierten Medien unterteilt in einen Kern- und einen Zusatzauftrag. Zum Kernauftrag gehören diejenigen Tätigkeiten, von denen alle Mitgliedkirchen und die Öffentlichkeit profitieren. Dieser Hauptteil des Leistungsauftrags ist näher umschrieben, allerdings nicht auf der Ebene der einzelnen Produkte, sondern der Leistungsarten. Mit dieser Flughöhe vermeidet die Trägerschaft allzu einengende Vorgaben, damit das Unternehmen in dem sich dynamisch verändernden Tätigkeitsfeld handlungsfähig bleiben kann. Über den Kernauftrag hinaus arbeiten die Reformierten Medien auch für einzelne Kunden, seien dies Kirchen, Organisationen, öffentliche Einrichtungen oder Private. Hierzu hält der Leistungsauftrag lediglich fest, dass zusätz-

liche Tätigkeiten der Reformierten Medien nicht mit dem kirchlichen Zweck des Unternehmens im Widerspruch stehen dürfen.

Die beiden Teile des Leistungsauftrags sind unterschiedlich finanziert. Beiträge der Trägerschaft fliessen einzig in diejenigen Leistungen der Reformierten Medien, die dem Kernauftrag zugerechnet sind (deren jeweiliger Subventionierungsgrad ist auf S.22 bis 25 dargestellt). Was sich in der Kategorie Zusatzauftrag abspielt, muss hingegen eigenwirtschaftlich sein. Bei Einzelaufträgen von Mitgliedkirchen decken die Preise die vollen Kosten. Für die Geschäftstätigkeit ausserhalb dieses Kreises gelten normale Marktbedingungen. Trotz dieses kommerziellen Sektors bleiben die Reformierten Medien insgesamt ein Nonprofit-Unternehmen.

Der hier vorgelegte Rechenschaftsbericht folgt der Gliederung des Leistungsauftrags 2009 bis 2013 und legt das Hauptgewicht auf die Arbeitsfelder des Kernauftrags.

## Information

Monika Dettwiler, Co-Chefredaktorin  
Stephan Landis, Co-Chefredaktor  
Urs Meier, Verlagsleiter  
Erik Senz, Leiter Marketing und Produktion

*Die Reformierten Medien liefern den angebotenen, gewählten und freiwilligen Mitarbeitenden der Kirchen sowie weiteren Interessierten und der Öffentlichkeit Informationen über Theologie, Kirchen, Religionen und damit zusammenhängende kulturelle und gesellschaftliche Fragen. Ihre Informationsleistungen fördern den Austausch in und zwischen den Kirchen und er-*

*möglichen eine Sicht des Schweizer Protestantismus. Die vermittelten Inhalte unterstützen die kirchlich Tätigen in der qualifizierten Ausübung ihrer Funktionen. Sie helfen ihnen, sich eigene Meinungen zu bilden, Urteilsfähigkeit in religiösen Angelegenheiten zu gewinnen und einen Überblick über die Schweizer Kirchenlandschaft und die weltweite Kirche sowie über die Ökumene der Konfessionen und Religionen zu bekommen. (Leistungsauftrag Ziff. 2.1)*

Im Jahr 2010 kam die «Reformierte Presse» 45 Mal heraus, davon einmal mit der eigenen Beilage «Annex» und viermal mit den in Kooperation mit den Theologischen Fakultäten hergestellten Magazinen «Fakultativ» (Zürich, zwei Ausgaben), «Konstruktiv» (Bern) und «Prospektiv» (Basel). Die «Wochenzeitung der reformierten Kirchen», wie die «Reformierte Presse» sich in der Unterzeile nennt, spricht vornehmlich Menschen an, die in der Kirche aktiv sind, sei es von Berufs wegen, sei es in Behörden und Gremien oder als Freiwillige. Mit zum Stammpublikum der «Reformierten Presse» zählen Verantwortliche in anderen Kirchen, Medienschaffende und weitere Interessierte.

Ein rascher Durchgang durch einige hervorsteckende Themen des Jahres 2010 veranschaulicht die publizistische Leistung der Zeitung. Der Jahrgang – es war 24. des heutigen Presseorgans, dessen Geschichte mit dem Ursprung des «Kirchenblatts für die reformierte Schweiz» 1844 beginnt – eröffnete mit der Frontstory über eine Studie der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD). Der Tenor: Bekehrung von nicht oder nicht mehr Glaubenden ist auch für etablierte Kirchen wie die EKD eine erfolgversprechenden Aufgabe. Illustriert war der Artikel mit dem Bild einer wenig fromm aussehenden Frau, die ihr Tattoo mit Herz, Anker und den Wörtern «Glaube, Liebe, Hoffnung» zeigt. Die zweite Seite der gleichen Ausgabe brachte einen Kommentar des Co-Chefredaktors, der dafür plädierte, Religion entgegen der reflexartigen Abwehr gegen konservative Privatisierungstendenzen bewusst auch als Privatsache und persönliche Entscheidung zu gewichten. Ebenfalls in der ersten Nummer begann die «Reformierte Presse» eine neue Kolumne mit dem Titel «Tagebuch». Tobias Brandner, Thierry Carrel, Justine Gam-

per, Otto Streckeisen und Christian Walti (später auch Marianne Reifers) gaben im Wechsel Einblick in ihre Erfahrungen und Gedanken. Die Mehrzahl der Artikel war jedoch nicht personenbezogen, sondern auf Sachthemen ausgerichtet. Zwei grosse Hintergrundberichte befassten sich auf politisch-ethischer Ebene mit dem Hunger, dem Recht auf Nahrung und der globalen Wirtschaft. Ein lebhaftes, mehrheitlich ablehnendes Echo fand der Vorschlag des Heks, sich einen neuen Namen zu geben. Dominierende und ständig wiederkehrende Thematik des Jahres war der Islam mitsamt den Fragen des interreligiösen Dialogs, der Toleranz und Anerkennung, der Verträglichkeit mit Menschenrechten und abendländischen Wertvorstellungen. Hintergrundartikel, Reportagen, Rezensionen, Medienkritiken, Kommentare und Leserbriefe brachten diesen Komplex vielschichtig und vielstimmig zur Darstellung. Grosses Gewicht hatten wie immer die SEK-Themen, allen voran der Wechsel im Präsidium, dann die geplante Verfassungsrevision mit der Frage, ob aus dem Bund eine Kirche (Evangelische Kirche in der Schweiz – EKS) werden solle. Ebenso prominent behandelt und breit diskutiert war das Projekt eines reformierten Bekenntnisses. Fragen der Organisation und Leitung von Kirchgemeinden tauchten in vielen Zusammenhängen auf: bei der Revision der Kirchenordnung im Kanton Bern, bei misslungenen (Glarus) und gelungenen (Luzern) Gemeindefusionen, ferner in der Vorstellung des Managementinstruments Portfolioanalyse für Kirchgemeinden und schliesslich als Thema der Magazinbeilage «Annex». Fragen von Selbstverständnis und Rolle des Pfarrberufs bildeten einen weiteren Schwerpunkt. Ähnliches beschäftigt das sozialdiakonische Personal: Ausbildungsgänge, berufliche Identität, kirchliche Position und die Organisation im Verband wurden wiederholt in der Zeitung thematisiert. Besondere Felder kirchlichen Wirkens wie Seelsorge im Strafvollzug, in der Armee, bei Notfällen, im sog. dritten und vierten Lebensalter, oder kirchliche Arbeit im Bereich der Beziehungen zwischen den Generationen wurden ausführlich behandelt. Bisher wenig beachtete Themen wie die Ethik des Umgangs mit Tieren, der perinatale Kindstod oder die Ökumene mit Freikirchen hatten ebenso ih-

#### Publizistische Grundsätze

«Die Reformierten Medien erfüllen die journalistischen und publizistischen Aufgaben im Wissen darum, dass sie als Kommunikationsunternehmen der evangelisch-reformierten Kirchen der deutschsprachigen Schweiz auftreten. Diese Zugehörigkeit und Beauftragung drückt sich aus in der Vertrautheit und Verbundenheit mit christlichem Glauben, reformierter Identität und kirchlicher Wirklichkeit. Die journalistische Haltung ist geprägt von Respekt und Wohlwollen für die dargestellten Menschen und Themen.»

«Die Publizistik der Reformierten Medien geht mit Kirchen und kirchlichen Themen in journalistisch professioneller und unabhängiger Weise um. Dazu gehören auch die Berichterstattung über kontroverse Themen und deren Kommentierung.»

«Als Forum für Auseinandersetzungen zwischen Exponentinnen und Exponenten verschiedener Erfahrungen, Meinungen und Haltungen gestalten die Publikationen der Reformierten Medien Kultur und Qualität kirchlicher Diskurse mit.»

«Da die Kirchen öffentlich sind, öffentlich wirken wollen und oftmals öffentliches Interesse finden, achten die Reformierten Medien bei der journalistischen Tätigkeit auf allgemeine Verständlichkeit. Kirchliche Publizistik hat die Aufgabe, Fach- und Insidersprachen zu übertragen.»

(Obige Passagen sind zitiert aus den Publizistischen Grundsätzen der Reformierten Medien, die von deren Vorstand am 31. August 2004 beschlossen wurden. Das vollständige Dokument ist einsehbar auf [www.reformierte-medien.ch](http://www.reformierte-medien.ch) bei Grundlagen/Policy)

### Quickpage2

Das Content Management System für Kirchgemeinde-Websites wurde von Grund auf neu konzipiert und programmiert. Seit September 2010 ist es auf dem Markt. Die Handhabung bleibt einfach, die Kosten sind auch bei der neuen Version gering, der Zuwachs an Flexibilität begeistert die Kunden. Bis Ende 2010 hatten 59 Gemeinden die neue Quickpage bereits aufgeschaltet, und 45 Gemeinden waren daran, sie einzurichten. Mehr: [www.quickpage.ch](http://www.quickpage.ch)

### Kirchenmail

Dieser Service wird allen Mitarbeitenden der reformierten Kirchen in der Deutschschweiz angeboten. Das einheitliche, intuitive Adresssystem ermöglicht gute Vernetzung und Erreichbarkeit über E-Mail. Auf der Domain [ref.ch](http://ref.ch) sind über 3'400 Kirchenmails aktiv (2009 waren es 2'200). Rund 1'300 davon nutzen die Version Kirchenmail Pro (kostenpflichtig, 1GB Speicherplatz).

### Weblösungen

**Lintu:** Die webbasierte Mitgliederverwaltung wurde Ende 2010 von 30 Kirchgemeinden mit Mitgliederzahlen zwischen 600 und 13'000 eingesetzt ([www.lintu.ch](http://www.lintu.ch)).

**Untipunkt:** Die Mitgliederverwaltung Lintu wurde um Untipunkt erweitert. Mit Untipunkt lassen sich nun sämtliche Abläufe rund um den kirchlichen Unterricht per Webanwendung verwalten ([www.untipunkt.ch](http://www.untipunkt.ch)).

**Brot für alle:** Zusammen mit dem Kunden entwickelten die Reformierten Medien Lösungen für einen professionellen Newsletter, einen Online-Shop und ein Kreditkarten-Bezahlsystem.

Kundenliste 2010:

- Schweizerischer Evangelischer Kirchenbund
- Brot für alle
- Schweizer Bischofskonferenz
- Fastenopfer
- Kapuziner Region Deutschschweiz
- Winterhilfe
- Zürcher Stadtmission
- Theologischer Verlag Zürich
- Reformierte Kantonalkirchen AG, BE-JU-SO, BL, FR, GL, LU, OW, SG, SO, SZ, TG, ZG, ZH
- Diverse katholische Kantonalkirchen, z. B. BE und ZH
- Einige hundert Kirchgemeinden

ren Platz wie die in immer neuen Zusammenhängen auftauchenden Fragen des Verhältnisses zwischen Staat und Kirche sowie der Kirchenfinanzierung. Von unmittelbar praktischem Nutzen waren beispielsweise der Beitrag über Interventionen bei Schwierigkeiten in Konflagern und der Hinweis auf neue technische Richtlinien, welche für viele Funkmikrofonanlagen in Kirchen das Aus bedeuten. Ein besonderes Highlight war die Reportage über die Heks-Aktion «Blickwechsel»: Die Begegnung zwischen dem Opernstar Noëmi Nadelmann und dem in eine Lebenskrise geratenen Ex-Informatiker Bernhard Laubscher ist in Text (Matthias Böhni) und Bild (Dharmendra Parmar) eine herzerwärmende Preziose («Ach, Sie sind ein Tiefstapler», RP Nr. 11, 2010).

### Internet

Matthias Bachmann, Leiter Internet  
Matthias Böhni, Projektleiter Portal [ref.ch](http://ref.ch)  
Erik Senz, Marketing [ref.ch](http://ref.ch)  
Urs Meier, Verlagsleiter

*Die Reformierten Medien betreiben eine Internet-Plattform für die gemeinsame Präsenz der Deutschschweizer reformierten Kirchen und fördern die kirchliche Online-Kommunikation, soweit dies am sinnvollsten und kostengünstigsten auf deutschschweizerischer Ebene geschieht. (Leistungsauftrag Ziff. 2.2)*

Mit dem **Internetportal «ref.ch»** erfüllen die Reformierten Medien eine Aufgabe, die im Leistungsauftrag unter dem Abschnitt Internet figuriert (und deshalb an dieser Stelle behandelt wird). Sie nimmt jedoch im Unternehmen mittlerweile eine andere Position ein. Das Portal «ref.ch» ist zusammen mit der «Reformierten Presse» in den Mittelpunkt der publizistischen Tätigkeit gerückt. Grund dieser Verlagerung ist die medienübergreifende Sichtweise, die sich als Standard in der Branche durchgesetzt hat. Man stellt primär Inhalte her; die Wahl der Kommunikationskanäle ist sekundär und flexibel. So gibt es denn auch bei den Reformierten Medien zahlreiche Verbindungen zwischen Print und Web. An Be-

trieb und Weiterentwicklung von «ref.ch» sind quer durch das Unternehmen mehrere Leute entscheidend beteiligt. Entsprechend seinem Charakter als strategisches Entwicklungsprojekt ist «ref.ch» direkt dem mit der Verlagsleitung für alle publizistischen Produkte beauftragten Geschäftsführer unterstellt.

Nachdem «ref.ch» im Herbst 2009 als «Das Portal der Reformierten» neu lanciert worden war, stand es 2010 im Zeichen des schrittweisen Ausbaus. Die Entwicklung verläuft nach einem Masterplan, der ein anspruchsvolles Ziel verfolgt: Wer etwas bei den Reformierten oder über die Reformierten sucht, soll hier fündig oder an die richtigen Orte im Cyberspace hingeleitet werden. Ein Hauptteil des momentanen Angebots von «ref.ch» sind Nachrichten. Diese haben unter dem neuen Namen **«ref.ch News»** den früheren Dienst «RNA» (Reformierte Nachrichten) abgelöst. Den attraktiven News-Service holt man sich in Realtime direkt auf der Website, in Form von Tweets oder als RSS-Feed. Wer die Neuigkeiten lieber gesammelt einmal pro Tag zugestellt bekommt, trägt sich in die Mailinglist ein. Nutzung zum persönlichen Gebrauch und Weiterverwendung der Nachrichten, z. B. in Kirchenzeitungen, sind kostenlos.

Der Unternehmensbereich Internet bewegt sich – abgesehen von seinen Funktionen beim Portal «ref.ch» – nur zu einem geringen Anteil in den Gefilden des Kernauftrags. Letzteres ist der Fall beim Produkt **Kirchenmail**, einem von 3400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern genutzten Mailverwaltungssystem für «ref.ch»-Adressen, genauer: Nur der Unterhalt jener 2100 Adressen, die mit der kostenlosen Free-Version betrieben werden, ist beitragsfinanziert; die übrigen 1300 Adressen nutzen **Kirchenmail Pro**, ein kostenpflichtiges Produkt, das unter dem Zusatzauftrag läuft. Das zweite kostenlose, also zum Kernauftrag zählende Angebot des Unternehmensbereichs ist eine einführende **Internetberatung** für Kirchgemeinden und kirchliche Organisationen. – Ausser dem Portal «ref.ch» untersteht somit fast die ganze Tätigkeit des Bereichs Internet dem Zusatzauftrag und wird eigenwirtschaftlich betrieben.

## Radio und Fernsehen

Martin Peier, Radio- und Fernsehbeauftragter  
Pascale Käser-Huber, Projektleiterin Gottesdienste

*Die Reformierten Medien ermöglichen kompetente kirchliche Mitwirkung in Radio und Fernsehen – in lokal-regionalen Programmen durch Beratung und Schulung, in sprachregionalen Programmen zusätzlich auch durch eigene Mitarbeit. (Leistungsauftrag Ziff. 2.3)*

Bei den unter den Kernauftrag fallenden Leistungen des Unternehmensbereichs Radio und Fernsehen bildet die Zusammenarbeit mit der SRG den Schwerpunkt. Aufgrund einer vertraglichen Vereinbarung arbeiten die Reformierten Medien, der Katholische Mediendienst und die christkatholische Beauftragte bei den verkündigenden Sendungen mit. Diese Kooperation erstreckt sich auf das **«Wort zum Sonntag»** und die **Gottesdienstübertragungen im Fernsehen**, auf **Radiopredigten** aus dem Studio und live übertragene **Gottesdienste im Radio**. Die Reformierten Medien suchen geeignete Gemeinden und Personen, bereiten Live-Übertragungen mit den Mitwirkenden vor, arbeiten mit Redaktionen und Technikern der Sender zusammen, trainieren kirchliche Angestellte und Freiwillige für ihre Auftritte. Ferner stellen sie für das Publikum ergänzende Angebote bereit wie den Call-in-Service nach Fernsehübertragungen oder die Website **«www.radiopredigt.ch»** (Zusatzauftrag) mit Audioarchiv und schriftlichen Fassungen der Sendungen. Die mediale Umsetzung kirchlicher Verkündigung ist ein vielschichtiger und anspruchsvoller Prozess. Der Radio- und Fernsehbeauftragte sowie die Projektleiterin Gottesdienste haben deshalb neben den beträchtlichen organisatorischen und logistischen Herausforderungen auch eine spannende theologische Aufgabe. Es geht darum, den je nach Sendung ganz unterschiedlichen medialen Anforderungen gerecht zu werden, ohne die Substanz des Evangeliums oder die persönliche Glaubenshaltung zu verfälschen. Bei der Übertragung von Gottesdiensten kommt als weitere Vermittlungs-

aufgabe hinzu, die Authentizität des lokalen Ereignisses zu wahren und gleichzeitig dafür zu sorgen, dass für Hörende und Zuschauende eine stimmige Erfahrung mit gottesdienstlicher Anmutung entsteht.

Die Bewältigung dieser Anforderungen setzt ein Zusammenspiel vieler Mitwirkender voraus, das bei den Verantwortlichen aufseiten der Reformierten Medien kirchlich-theologisches Wissen, Medien-Know-how, Beratungskompetenz, Reflexionsfähigkeit und viel kommunikatives Geschick erfordert. Unerlässlicher Hintergrund ist die ökumenische Zusammenarbeit der kirchlichen Mediendienste; ohne klare gemeinsame Linie wäre die kirchliche Mitwirkung bei den SRG-Programmen nicht möglich. Eine weitere Voraussetzung für das Funktionieren der Radio- und Fernseharbeit ist die Verankerung in einem kirchlichen Kompetenzzentrum für Medienkommunikation. Es generiert das benötigte Bündel von Sachwissen und Sensibilität, schafft Verbindungen zur Fachwelt, pflegt internationalen Austausch und stützt die praktische Arbeit mit medien- und programmpolitischer Interessenvertretung aus kirchlicher Sicht.

Wegen starkem Spardruck musste bei SF auch die für Gottesdienste zuständige Redaktion das Budget reduzieren. Um bei diesen Live-Eigenproduktionen Einsparungen zu erzielen, gab es zwei Möglichkeiten: entweder die Anzahl zu verkleinern oder die Kosten pro Übertragung zu verringern. In Verhandlungen zwischen SF und den kirchlichen Mediendiensten einigte man sich darauf, die zweite Lösung im Jahr 2010 zu erproben. SF behielt in der Folge die zehn jährlichen Eigenproduktionen bei, setzte dafür aber dem logistischen, technischen und personellen Aufwand engere Grenzen. Dadurch sind lange Anfahrtswege nicht mehr möglich. Ferner muss darauf geachtet werden, dass Kirchenräume, Einrichtungen, Zahl und räumliche Positionen von Mitwirkenden, dramaturgische Elemente etc. keine besonderen Anforderungen stellen, was Beleuchtung, Tontechnik oder Regiearbeit betrifft. Besonders ins Gewicht fällt die Streichung der sog. «heissen Probe», in der man früher mit allen Mitwirkenden den Live-Ablauf tech-

### Reformierte Kirche in Radio DRS

Gottesdienste 2010 aus Steckborn mit Pfrn. Sabine Gäumann-Grass und Pfr. Andreas Gäumann (28. Februar, 13. Juni, 5. September, 5. Dezember)

Radiopredigten von Martin Dürr, Ruedi Heinzer, Ralph Kunz, Manuela Liechti-Genge, Heidi Oppliger (freikirchlich), Pascale Käser-Huber, Henriette Meyer-Patzelt, Meinrad Schicker (freikirchlich), Caroline Schroeder Field (EMK), Luzia Sutter Rehmann

www.radiopredigt.ch: Die Website bietet umfangreiche Archive gesendeter Predigten in Audio- und Textform sowie Hintergrundinformationen. Die geschriebenen Predigten können über E-Mail abonniert werden.

### Reformierte Kirche im Schweizer Fernsehen

Gottesdienste 2010 aus Bern Petrus (7. März, 2. Mai, 28. November) mit Pfrn. Barbara Preisig und Pfr. Marc Henzi sowie aus Zürich Grossmünster (20. Juni, Fest von Mission 21) mit Pfr. Christoph Sigrist, Pfr. Ruedi Reich, Pfr. Martin Breitenfeld, Pfrn. Jeanne Mbah, Pfrn. Thala Linder, Pfrn. Bettina Krause

Publikumsbefragung zu Gottesdienstsendungen: Im September 2010 führte SF eine repräsentative Befragung bei über 45-Jährigen durch. 51 Prozent der Gesamtheit finden es gut, dass Gottesdienste im Fernsehen ausgestrahlt werden. Eine bevölkerungsrepräsentative Zusatzbefragung ergab, dass selbst bei jungen und konfessionslosen Befragten 25 Prozent den TV-Gottesdiensten einen hohen Wert beimessen. 9 Prozent sehen regelmässig (bis 4-wöchentlich), 21 Prozent gelegentlich und 65 Prozent nie Gottesdienste am Fernsehen (6 Prozent sehen kein TV). 33 Prozent der Zuschauenden nutzen die TV-Übertragungen als Ersatz für den Kirchgang. 78 Prozent des Publikums sind mit der Anzahl der Gottesdienste im TV zufrieden. Für 50 Prozent der Zuschauenden ist es wichtig, bei den Sendungen mitsingen zu können.

Wort zum Sonntag:  
Rita Famos, Zürich (August 2008 bis März 2010)  
Bruno Bader, Gstaad BE (August 2008 bis März 2010)  
Rebekka Grogg, Wohlen BE (seit April 2010)  
Andreas Peter, Bülach ZH (seit April 2010)

### Schulung, Training, Beratung

Der Radio- und Fernsehbeauftragte war mit Workshops und Support tätig für Exponentinnen und Exponenten der reformierten Kirchen von Aargau, Appenzell, Baselland, Bern-Jura-Solothurn, Graubünden, Luzern, Schaffhausen, St. Gallen, Thurgau, Zug und Zürich, ferner für Mission 21 und die Christkatholische Kirche Schweiz.

Im Auftrag von A+W (Aus- und Weiterbildung für Pfarrerinnen und Pfarrer) sowie der Theologischen Fakultäten Bern und Zürich leitet er den CAS-Studiengang Gottesdienst und Kommunikation.

Redaktionellen Support leistete der Radio- und Fernsehbeauftragte für ein Dutzend Sendungen von SR DRS (Beispiel: Thementag Himmelfahrt) und SF (Beispiel: «SF bi de Lüt»).

Der Geschäftsführer war als Berater für die Kampagne zur Werbung für das Theologiestudium tätig, die er seit 2002 betreut. Auftraggeber sind das Konkordat, die Kirche Bern-Jura-Solothurn sowie die Theologischen Fakultäten Basel, Bern und Zürich. Im Jahr 2010 wurde die dritte Phase der Langzeitkampagne abgeschlossen und evaluiert. Für eine vierte Phase (2011 bis 2013) wurde ein Konzept mit neuen Akzenten und höherem Mitteleinsatz entwickelt.

Für die Reformierte Kirche des Kantons Freiburg entwickelte der Geschäftsführer ein Kommunikationskonzept und die Grundlagen für die Schaffung einer Kommunikationsstelle.

### www.medienheft.ch

Die ökumenische Plattform «Medienheft» absolvierte 2010 ihr zehntes Online-Betriebsjahr. Mitte 2000 hatte sie die 1993 ins Leben gerufene Vorgängerpublikation «Zoom Kommunikation & Medien» abgelöst. Bis 2006 gab es neben der Website gedruckte Themendossiers. Seit 2007 publiziert das «Medienheft» rein elektronisch. 2010 wurden 30 Artikel und 229 Kurzmeldungen ins Netz gestellt. Mit einem Monatsdurchschnitt von über 14'000 Anwendersitzungen hat die Nutzungsstatistik einen neuen Höchststand erreicht. Ende 2010 liessen 760 Personen sich die neu aufgeschalteten Beiträge per E-Mail anzeigen, weitere 200 taten dies als Followers von Twitter.

nisch und regelmässig vorher übte und festlegte. Es überrascht nicht, dass wegen alledem Ansprüche und Aufwand für die kirchlichen Mediendienste gestiegen sind. Da die Sendungen quasi vom Blatt gespielt werden müssen, sind Vorbereitung des Ablaufs, Schulung der Mitwirkenden sowie Absprache mit Regie und Technik aufwendiger geworden. Unter den restriktiven Produktionsbedingungen stehen nicht mehr so viele Gestaltungsmöglichkeiten zur Verfügung, und es ist nicht die gleiche Perfektion erreichbar wie zuvor.

Qualitätsansprüche sind kein Selbstzweck; gestalterische und handwerkliche Finessen haben grossen Einfluss auf das Erlebnis der Zuschauenden. Das sollte gerade bei Gottesdiensten nicht unterschätzt werden. Gleichwohl kann sich auch der kirchliche Partner der SRG nicht kategorisch gegen Einsparungen stemmen. Gottesdienstübertragungen im Fernsehen sind teure Sendungen mit vergleichsweise kleinem Publikum. Um sich auf die neuen Bedingungen einzustellen, modifizierten die Reformierten Medien das Konzept für Organisation und Erarbeitung von Fernsehgottesdiensten. Ab 2011 geht es in die praktische Erprobung mit einem konstanten Übertragungsort und einem regionalen Pool von Mitwirkenden. Die Pilotreihe wird sich in der Kirche von Baden abspielen. Der Radio- und Fernsehbeauftragte leistet auf Anfrage **Support für kirchliche Sendungen in Privatprogrammen**, sei es bei Konzeptfragen oder zur Qualitätsentwicklung. Vielfach verbinden sich solche Beratungen mit Kursen, Workshops oder Trainings. Solche **Schulungen für Radio und Fernsehen** gehören dann zum Zusatzauftrag, werden also von den jeweiligen Kunden bezahlt.

### Innovation

*Die Reformierten Medien fördern die adäquate Nutzung moderner Kommunikationsmittel. Sie entwickeln laufend ihr auf kirchliche Bedürfnisse ausgerichtetes Know-how in Konzeption, Technik, Gestaltung, Marketing und Werbung. (Leistungsauftrag Ziff. 2.4)*

Seit rund 25 Jahren ist ständig die Rede von revolutionären Umbrüchen in den Medien. Ob schon nicht alles gross Angekündigte sich durchgesetzt hat, gehen die Veränderungen tiefer, als man gemeinhin meint, und ihr Tempo nimmt eher zu als ab. Ein paar Zahlen aus dem Media Use Index 2010 der Schweiz: 25 Prozent der Bevölkerung nutzen das Internet per Mobiltelefon; von den bis 29-Jährigen sind es über 40 Prozent. Die Wichtigkeit der Medien wird von den Altersgruppen zwar unterschiedlich bewertet, aber bei allen – von den 14–19-Jährigen bis zu den 60–69-Jährigen – ist Internetnutzung via Computer das wichtigste Medium. 2009 waren die Top-Drei der als «sehr wichtig» bewerteten Medienkanäle: Internet, Tageszeitung und Fernsehen; 2010 sah die Rangfolge bereits so aus: Internet, Mobiltelefon, Fernsehen. Die Branche konstatiert einen Digital Shift, also den generellen Wechsel zu digitalen Medien. Spektakulär ist die wachsende Bedeutung des sozialen Austauschs im Web. Von der Schweizer Bevölkerung haben 2,3 Mio. ein Facebook-Profil; von den 14–19-Jährigen sind 67 Prozent täglich im Facebook, und selbst bei den 60–69-Jährigen machen die Intensivnutzer noch beachtliche 18 Prozent aus.

Die Reformierten Medien haben sich angesichts des Aufstiegs der **Social Media** (Facebook, Twitter, Xing etc.) zur Durchführung eines vorerst einjährigen Versuchs entschieden. Sie haben dafür ein Team eingesetzt, nämlich Pascale Käser-Huber, Patricia Dickson und Matthias Böhni, das von einer internen Arbeitsgruppe begleitet wird. Diese Taskforce nahm Mitte Oktober 2010 die Arbeit auf und experimentiert mit Community Management in Facebook («ref.ch – reformiert im web») und Twitter («MissReformiert»). Ziel des Versuchsbetriebs ist es, Möglichkeiten der kirchlichen Bespielung sozialer Online-Plattformen zu erkunden.

Innovativ sind die Reformierten Medien auch beim Angebot an Bildungsmedien. Der gemeinsam mit dem katholischen Partner ge-



tragene Medienladen hat als erste kirchliche Einrichtung die **Online-Distribution** digitaler Medien eingeführt. Philip Iezzi (Datenpark) und Peter Weskamp (Medienladen) führten das Pionierprojekt zum Erfolg. Online-Distribution erlaubt es, eine rasch wachsende Zahl von Filmen aus dem Internet herunterzuladen. Wer für eine der Kirchen tätig ist, die mit dem Medienladen eine Pauschalregelung für den Verleih abgeschlossen hat, erhält das notwendige Login. Die heruntergeladenen Medien können gespeichert und offline eingesetzt werden mit Nutzungsrecht für Unterricht und kirchliche Verwendung. Das für den Medienladen entwickelte technische System ist so ausgelegt, dass es von anderen kirchlichen Medienstellen mitbenutzt werden kann.

### Medienkompetenz und Interessenvertretung

Urs Meier, Geschäftsführer  
Judith Arnold, Redaktorin Medienheft  
Monica Lienin, Redaktorin Medientipp  
Martin Peier, Radio- und Fernsehbeauftragter/ Kommunikationstrainer  
Christine Stark, Filmbeauftragte

*Die Reformierten Medien erarbeiten und entwickeln Grundlagen für den kompetenten Umgang mit Medien und deren sachgemäss-kritische Beurteilung aus kirchlicher Sicht. Gegenüber Behörden und Veranstaltern auf nationaler und sprachregionaler Ebene vertreten sie kirchliche Gesichtspunkte und Interessen. Mit Publikationen, Veranstaltungen und Weiterbildungskursen regen sie zu einer Auseinandersetzung mit der Film- und Medienwelt an, die in der kirchlichen Arbeit fruchtbar wird. (Leistungsauftrag Ziff. 2.5)*

Das **«Medienheft»** ist die gemeinsam mit dem Katholischen Mediendienst herausgegebene Online-Publikation für Kommunikation und Medien. Es ist gleichzeitig Kompetenzausweis, Reflexionsorgan und Plattform des Austauschs unter Medieninteressierten. Die Website wurde Anfang 2010 einem Relaunch unterzogen. Mit

ihrem Archiv von mehreren tausend Fachartikeln und Meldungen ist sie nicht zuletzt eine Wissensbank, deren Bestände bis 1993 zurückreichen und immer wieder angewählt werden.

Ökumenisch getragen ist auch der **«Medientipp»**, dessen Neugestaltung im Herbst 2010 erfolgte. Die Website empfiehlt kirchlich interessante Sendungen, Filme, Unterrichtsmedien, Games und andere Medienprodukte und macht sie teilweise online zugänglich. Der **«Medientipp-Pressedienst»** wird für kirchliche Zeitungen produziert und gehört zum Zusatzauftrag.

Die Reformierten Medien leisten Orientierungshilfe und nehmen kirchliche **Interessenvertretung** wahr in Fragen der Medienpolitik, der Programmpolitik des Service-public-Veranstalters SRG sowie allgemein in medienethischen Fragen. In selteneren Fällen kann dieser Einsatz für Anliegen der Kirchen die Form des Lobbyings annehmen. Meist aber geht es ganz einfach um kompetente und verlässliche Kooperation mit Medienschaffenden, hauptsächlich – aber nicht ausschliesslich – der SRG. Kirchliche Anliegen und Sichtweisen fliessen auch ein bei Stellungnahmen zu allgemein relevanten Medienfragen. Hier äussert sich Interessenvertretung im Sinne zivilgesellschaftlicher Mitverantwortung (Advocacy).

Die gesamte Tätigkeit des Unternehmens wirkt immer auch zugunsten der **Förderung öffentlicher Präsenz der Reformierten**. Dies wird zusätzlich mit gezielten langfristig angelegten Massnahmen angestrebt, namentlich durch systematische Suche nach Personen mit spezifischen Medieneignungen und durch Lehrtätigkeit bei (angehenden) Pfarrpersonen. Ergänzt werden diese Bestrebungen mit Trainings für exponierte Kirchenleute sowie situations- und aktualitätsbezogenen Coachings.

Mit Auseinandersetzungen und Begegnungen zwischen **Theologie und Film** hat kirchliche Medienarbeit einst angefangen, und das ist kein Zufall. Bewegtes Bild und Audiovision sind *das* Multi-Medium der modernen Zivilisation, Filmerzählungen sind *die* Mythen unserer Zeit. Nach wie vor steckt im theologischen Lesen von Filmen die Chance eines neuen und zeitnahen Verständnisses christlicher Aussagen und Motive. Und weil gerade auch populäre Filme oft voller religiöser Brocken und Symboliken sind, ist die Theologie herausgefordert, diese zu deuten und gelegentlich sehr kritisch unter die Lupe zu nehmen. Theologische Ar-

### **www.medientipp.ch**

Der ökumenische Service mit Hinweisen auf TV, Radio, Filme und andere Medien erhielt eine völlig neu gestaltete Website mit zusätzlichen Dienstleistungen. Die Nutzung stieg weiter auf rund 44'000 Anwendersitzungen pro Monat. 1'100 Adressen zählte Ende 2010 die «Medientipp»-Mailinglist, und 990 weitere bezogen per E-Mail den «Film des Monats». Der von «Medientipp» für kirchliche Zeitungen erstellte Pressedienst ging reformierterseits an fünf Titel mit einer Gesamtauflage von 1,3 Mio.

### **Film und Theologie**

18 Schweizer Pfarrerinnen und Pfarrer waren begeistert von einem Seminar, das die Filmbeauftragte im Rahmen der Nordischen Filmtage im November 2010 in Lübeck durchführte. Gutes Echo findet auch die von ihr mitbegründete Reihe «Film im Fokus», die unter der Ägide des Zentrums für Religion, Wirtschaft und Politik ZRWP an der Universität Zürich stattfindet.

### **Jurys an Filmfestivals**

**Internationales Filmfestival Fribourg**  
Preis der ökumenischen Jury: «Lola», Brillante Mendoza, Philippinen 2009

### **Visions du réel, Nyon**

Preis der interreligiösen Jury:  
«Steam of Life/ Miesten Vuoro», Joonas Berghäll und Mika Hotakainen, Finnland/ Schweden 2010

### **Internationales Filmfestival Locarno**

Preis der ökumenischen Jury:  
«Morgen», Marian Crisan, Frankreich/ Rumänien/ Ungarn 2010 (Kinostart im Frühjahr 2011)  
Lobende Erwähnungen: «Karamay», Xu Xin, China 2010; «Han Jia/ Winter Vacation», Li Hongqi, China 2010

### **www.medienladen.ch**

Der Medienladen feierte im August 2010 sein zehnjähriges Jubiläum. Noch vor dem Geburtstag erhielt er einen völlig neu gestalteten Webauftritt, dessen Technik u.a. die Features für den ebenfalls 2010 realisierten Online-Download bereitstellt.

Auf dem Platz Zürich gibt es neben dem deutschschweizerisch-ökumenischen Medienladen zwei religionspädagogische Fachbibliotheken, nämlich der katholischen und der reformierten Kantonalkirche. Diese führen auch audiovisuelle Materialien. Die starken Überschneidungen der drei Stellen rufen geradezu nach einer Fusion. Diese Idee wurde 2010 von allen den drei Trägern – im Fall des Medienladens ist dies die Ökumenische Mediengruppe – gemeinsam vorangetrieben. 2011 können die Entscheide getroffen werden. Falls es tatsächlich zur Fusion kommt, so ist gewährleistet, dass die neu zu schaffende Stelle weiterhin auch den anderen Deutschschweizer Kantonalkirchen zur Verfügung steht.

beit mit und an Filmen – und zwar sowohl Mainstream- wie Studiofilmen – findet grosses Interesse in Veranstaltungen von Kirchgemeinden, Publikationen und Weiterbildungskursen für Pfarrpersonen. Solche Angebote fördern die Medienkompetenz in einem weit gefassten Sinn als Befähigung zu kritischer Orientierung in der medialen Gegenwartskultur.

### Bildungsmedien

Christine Stark, Filmbeauftragte  
Peter Weskamp, Leiter Medienladen

*Die Reformierten Medien fördern den sachkundigen Einsatz von Medien in der religiösen Erziehung und Bildung durch Selektion von Programmen und Materialien, Schulung und Beratung von Mitarbeitenden sowie durch Koordinationsleistungen zugunsten kirchlicher Fach- und Materialstellen. (Leistungsauftrag Ziff. 2.6)*

Die Formulierung dieses Punktes des Kernauftrags sagt, worum es geht. Etwas verwirrend wirkt allenfalls die scharfe Trennung von jenem Zusatzauftrag, der diese Leistung eigentlich erst komplett macht: nämlich eine Verkaufs- und Verleihstelle zu führen, welche die Bildungsmedien zur Verfügung stellt. Genau dies tut der ökumenische Medienladen. Die meisten Mitgliedkirchen der Reformierten Medien haben mit dem Medienladen Pauschalverträge geschlossen, die allen in Kirche und Schule ihres Kantons Tätigen die kostenlose Nutzung von Medienverleih und neu auch Online-Download erlaubt.

### Tätigkeit auf dem kirchlichen und ausserkirchlichen Markt (Zusatzauftrag)

*Der Kernauftrag wird ergänzt durch zusätzliche Aufträge, welche die Reformierten Medien direkt für einzelne kirchliche Kunden ausführen. Im Vordergrund stehen dabei Beratung, Schulung, Produktion und speziell für kirchliche Zwecke entwickelte Kommunikationstools. Massgeblich für das Angebot der Reformierten Medien sind die Bedürfnisse der kirchlichen Kunden. Die daraus entstehenden Geschäftsbeziehungen dürfen jedoch*

*den Kommunikationskonzepten und -aufgaben der Kirchen nicht zuwiderlaufen. Bei Vorhaben, welche für die kirchliche Kommunikation strategische Bedeutung haben, holen die Reformierten Medien das Einverständnis der Kirchen ein, die davon unmittelbar berührt sind.*

*Bei ihrer Betätigung auf dem ausserkirchlichen Markt stellen die Reformierten Medien sicher, dass die dabei geknüpften Kundenbeziehungen den Interessen der Kirchen nicht widersprechen und im Einklang mit der kirchlichen Identität des Unternehmens stehen. (Leistungsauftrag Ziff. 3)*

Beim Zusatzauftrag für eigenwirtschaftliche Leistungen gilt es, individuelle Kundenwünsche zu erfüllen und standardisierte Produkte für kirchlichen Bedarf zu entwickeln. Der Leistungsauftrag macht hier keine materiellen Vorgaben, und entsprechend geht die formelle Rechenschaftspflicht gegenüber der Trägerschaft weniger weit als beim Kernauftrag. Einige unter dem Zusatzauftrag laufende Leistungen, die eng mit Bestandteilen des Kernauftrags zusammenhängen, sind dort erwähnt und erscheinen hier nicht nochmals.

Der Design- und Produktionsbereich ist unter dem Namen Medienpark sowohl für interne, kirchliche und weitere Kunden im allgemeinen Markt tätig. Zwei seiner Aufträge ragen heraus, zum einen die Werbung für die Kapuziner. Die Kampagne ist im Ansatz ungewöhnlich, hat internationales Echo ausgelöst und erreicht ihr Ziel: Der Orden hat Interessenten gewonnen, von denen einige probenhalber in ein Kloster eingetreten sind. Ein weiterer wichtiger Erfolg von Medienpark ist der Gewinn des Auftrags für eine neue Corporate Identity der Reformierten Kirche des Kantons Zürich.

Datenpark versteht die technischen Internetservices der Reformierten Medien und des Katholischen Mediendienstes und steht als Hostler und Applikationsentwickler im Dienst weiter Teile der Schweizer Kirchenlandschaft. Zusammen mit dem für Internet zuständigen Unternehmensbereich der Reformierten Medien ermöglicht Datenpark ein Angebot von fachlich und technisch kompetenten Internetlösungen, das für kirchliche Bedürfnisse und Besonderheiten massgeschneidert ist.

### www.medienpark.ch

Die Reformierten Medien betreiben mit ihrem Unternehmensbereich Medienpark eine Agentur für visuelle Kommunikation. Sie ist für eigene Produkte und für externe Auftraggeber tätig mit Beratung und Kreation, Integrierter Kommunikation und Corporate Design, Zeitungs- und Zeitschriften-design, Drucksachen- und Objektgestaltung, Fotografie, Prepress, Webdesign, Corporate Publishing. Das Team ist erfahren im Entwickeln und Steuern komplexer Kampagnen und bietet von der Strategie bis zum Projektmanagement die ganze Palette einer Allround-Agentur. Medienpark hat den Vorteil, sich inhouse vernetzen zu können mit Fachleuten für IT und Internet, für Marketingdienstleistungen sowie für Kommunikationskonzepte und Kommunikationstraining.

### Kundenliste 2010

(ohne interne Aufträge):

- Institut G2W
- Theologischer Verlag Zürich
- «Reformiert»
- «Kirchenbote» (interkantonal)
- Theologische Fakultäten Zürich, Bern, Basel
- Ref. Kirchgemeinden Uznach SG und St. Gallen C
- Ref. Kantonalkirchen Zürich, Luzern, Appenzell, Zug
- Verein Oeku Kirche und Umwelt
- IBB Gruppe, Brugg
- LCP Asalis und LCP Libera, Zürich
- Kieliger und Gregorini, Wollerau
- Zürcher Hochschule der Künste ZHdK
- Amt für Wirtschaft Zürich
- Schweizerischer Israelitischer Gemeindebund
- Katholischer Mediendienst
- Kapuziner Region Deutschschweiz
- Schweizer Dachverband Lesen & Schreiben
- Paarberatung Horgen

# Jahresrechnung und Finanzinformation

**Finanzplanung** An ihrer Generalversammlung 2008 beschloss die Trägerschaft der Reformierten Medien einen Leistungsauftrag für die Jahre 2009 bis 2013 samt dem zugehörigen Finanzplan. Letzterer sieht für die ganze Planungsperiode eine jährliche Senkung der Mitgliederbeiträge um drei Prozent vor. Die effektive Teuerung des Vorjahres beim Zeitpunkt der Budgetierung, d. h. zwei Jahre vor dem betreffenden Jahr, soll jeweils voll kompensiert werden. Bereits in der Periode von 1998 bis 2008 erbrachten die Reformierten Medien bei den Mitgliederbeiträgen Sparleistungen von über 350'000 Franken oder 17 Prozent (teuerungsbereinigt). Mit dem jährlichen realen Beitragsabbau um drei Prozent werden die Reformierten Medien in der laufenden Planungsperiode weitere 14 Prozent einsparen. Die Einbussen bei den Beiträgen sind wie bis anhin durch höhere Eigenwirtschaftlichkeit aufzufangen. Somit sieht das Unternehmen vor, auch in den kommenden Jahren seinen jetzigen Leistungsumfang beizubehalten.

**Reformierte Medien 2010** Nach dem Höchststand von 2007 waren die Erträge in den zwei folgenden Jahren gesunken. Dieser Trend konnte 2010 gewendet werden: Der Ertrag ist mit 4,07 Mio. CHF gegenüber dem Vorjahr erstmals wieder leicht höher. Die Rechnung der Reformierten Medien (S. 18–19) schliesst mit einem Gewinn von 57'000 CHF in der budgetierten Grössenordnung.

**Ökumenische Mediengruppe** Die Ökumenische Mediengruppe ist die gemeinsame Tochter des Katholischen Mediendienstes und der Reformierten Medien (S. 30–31), deren Rechnung hier nicht separat präsentiert wird. Sie ist aber enthalten in der konsolidierten Darstellung.

**Konsolidierte Darstellung** Entsprechend dem Zweck der Ökumenischen Mediengruppe werden deren Bilanz und Erfolgsrechnung in die Zahlen der Reformierten Medien integriert und in Form einer konsolidierten Rechnung ausgewiesen (S. 20). Deren Werte ergeben bei einem Ertrag von 4,84 Mio. CHF (Vorjahr 4,88 Mio.) eine Eigenwirtschaftlichkeit des Gesamtunternehmens von 58,9 Prozent (Vorjahr 58,2 Prozent).

# Vereinsrechnung der Reformierten Medien

BILANZ	31.12.2010	31.12.2009
	in CHF	in CHF
<b>Aktiven</b>		
Liquide Mittel	1'586'947.42	1'432'809.81
Debitoren	274'008.50	288'388.74
Übrige kurzfristige Forderungen	325'539.96	258'469.41
Transitorische Aktiven	22'616.35	0.00
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>2'209'112.23</b>	<b>1'979'667.96</b>
Mobilien und Einrichtungen	13'971.55	31'320.55
<b>Anlagevermögen</b>	<b>13'971.55</b>	<b>31'320.55</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>2'223'083.78</b>	<b>2'010'988.51</b>
<b>Passiven</b>		
Kreditoren aus Lieferungen und Leistungen	92'492.15	36'313.50
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	84'718.85	85'441.35
Transitorische Passiven	32'660.00	71'000.00
Vorauszahlung Abonnemente	247'123.21	229'909.17
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>456'994.21</b>	<b>422'664.02</b>
Rückstellungen	26'074.35	31'129.35
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>	<b>26'074.35</b>	<b>31'129.35</b>
<b>Fonds mit Zweckbindung durch Dritte</b>	<b>49'868.97</b>	<b>59'868.97</b>
Fonds ohne Zweckbindung durch Dritte	953'216.86	817'097.96
Einbezahltes und erarbeitetes Kapital	680'228.21	628'484.60
<b>Organisationskapital</b>	<b>1'683'314.04</b>	<b>1'505'451.53</b>
<b>Subtotal Passiven</b>	<b>2'166'382.60</b>	<b>1'959'244.90</b>
<b>Reingewinn</b>	<b>56'701.18</b>	<b>51'743.61</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>2'223'083.78</b>	<b>2'010'988.51</b>

ERFOLGSRECHNUNG	Rechnung 2010	Budget 2010	Rechnung 2009
	in CHF	in CHF	in CHF
<b>Ertrag</b>			
Produktionen und Dienstleistungen	1'017'421.98	1'231'000.00	1'024'061.00
Abonnemente In-/Ausland	450'642.11	500'000.00	484'693.26
Inserate und Beilagen	328'205.29	302'000.00	313'095.45
Verrechnungen an Partnerorganisationen	190'142.65	128'000.00	128'176.25
Übriger Ertrag	66'694.70	10'000.00	36'581.82
Fondsentnahmen/Auflösung Rückstellungen	23'663.00	5'055.00	15'055.00
Beiträge Mitgliedkirchen	1'989'662.00	1'989'660.00	2'036'938.00
<b>Total Ertrag</b>	<b>4'066'431.73</b>	<b>4'165'715.00</b>	<b>4'038'600.785</b>
<b>Aufwand</b>			
Personalaufwand und Honorare	2'641'817.10	2'602'055.00	2'549'190.47
Aufwand Produktionen und Dienstleistungen	569'689.35	749'000.00	542'807.87
Internet/EDV/Telefonie	98'092.55	155'000.00	182'321.04
Raumaufwand	401'577.15	330'000.00	393'950.55
Möbiliar und Einrichtungen	17'185.35	25'000.00	12'998.95
Übriger Aufwand	66'642.15	100'000.00	76'024.69
Fondseinlagen und Rückstellungen	64'726.90	0.00	74'563.60
Ökumenische Projekte	150'000.00	150'000.00	155'000.00
<b>Total Aufwand</b>	<b>4'009'730.55</b>	<b>4'111'055.00</b>	<b>3'986'857.17</b>
<b>Reingewinn</b>	<b>56'701.18</b>	<b>54'660.00</b>	<b>51'743.61</b>
<b>Total</b>	<b>4'066'431.73</b>	<b>4'165'715.00</b>	<b>4'038'600.78</b>

# Rechnung des Gesamtunternehmens

Die konsolidierte Darstellung der Reformierten Medien mit ihrer Tochterorganisation Ökumenische Mediengruppe (ÖMG) zeigt den Haushalt des Gesamtunternehmens. Die Spalte «Korrektur» eliminiert die Verdoppelung der in beiden Rechnungen erscheinenden Werte. Beim Ertrag enthalten die Mitgliederbeiträge in der Spalte «ÖMG» die je 150'000 CHF der Reformierten Medien und der Partnerorganisation Katholischer Mediendienst. Der ÖMG-Beitrag des Katholischen Mediendienstes wird für die Ermittlung der Eigenwirtschaftlichkeit des Gesamtunternehmens zu den erwirtschafteten Erträgen hinzu gezählt, da dieser eine der ökumenischen Zusammenarbeit entspringende Leistung darstellt.

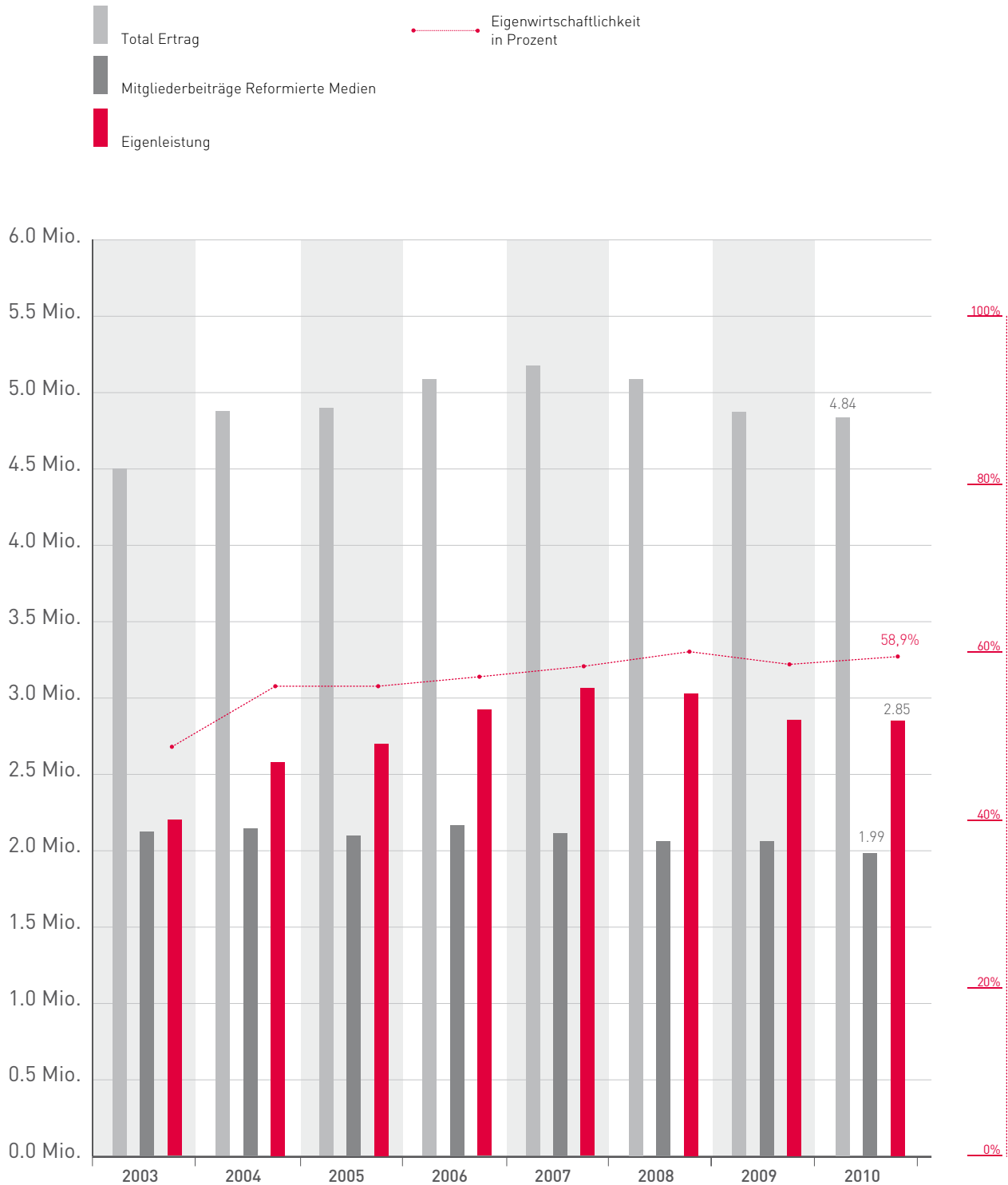
BILANZ 31.12.2010	RM	ÖMG	KORREKTUR	GESAMT
	in 1'000 CHF	in 1'000 CHF	in 1'000 CHF	in 1'000 CHF
<b>Aktiven</b>				
Umlaufvermögen	2'209	741	-170	2'780
Anlagevermögen	14	105		119
<b>Total Aktiven</b>	<b>2'223</b>	<b>846</b>	<b>-170</b>	<b>2'899</b>
<b>Passiven</b>				
Fremdkapital	483	384	-170	697
Fonds mit Zweckbindung durch Dritte	50	0		50
Organisationskapital	1'633	516		2'149
<b>Subtotal Passiven</b>	<b>2'166</b>	<b>900</b>		<b>2'896</b>
<b>Reingewinn (+)/Reinverlust (-)</b>	<b>57</b>	<b>-54</b>		<b>3</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>2'223</b>	<b>846</b>	<b>-170</b>	<b>2'899</b>

## ERFOLGSRECHNUNG 2010

<b>Ertrag</b>				
Erwirtschaftete Erträge	2'077	817	-194	2'700
Mitgliederbeiträge	1'990	300	-150	2'140
<b>Total Ertrag</b>	<b>4'067</b>	<b>1'117</b>	<b>-344</b>	<b>4'840</b>
<b>Aufwand</b>				
Personalaufwand	2'642	702	-63	3'281
Sachaufwand/Abschreibungen	1'368	469	-281	1'556
<b>Total Aufwand</b>	<b>4'010</b>	<b>1'171</b>		<b>4'837</b>
<b>Reingewinn</b>	<b>57</b>	<b>-54</b>		<b>3</b>
<b>Total</b>	<b>4'067</b>	<b>1'117</b>	<b>-244</b>	<b>4'840</b>

# Ertragsstruktur des Unternehmens

Reformierte Medien und Ökumenische Mediengruppe  
(konsolidiert) von 2003 bis 2010



# Details zu ausgewählten Produkten und Leistungen

## REFORMIERTE PRESSE

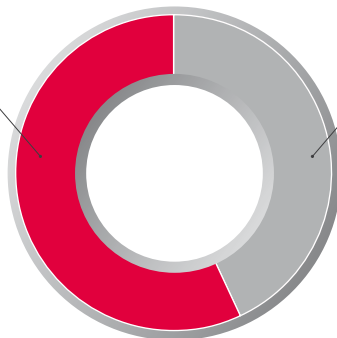
Eigenleistungen 680'000 CHF

Vorjahr: 822'000 CHF (62%)

57 %

Gesamtaufwand Reformierte Presse  
einschliesslich Ergebnisübertragung  
von Verlagsmarketing und Inseraten:  
**1'187'000 CHF**

Vorjahr: 1'321'000 CHF



Beiträge 507'000 CHF

Vorjahr: 499'000 CHF (38%)

43 %

### Wochenzeitung der reformierten Kirche

Die «Reformierte Presse» (RP) ist die Wochenzeitung der reformierten Kirchen und richtet sich vor allem an Mitarbeitende und weitere stark Interessierte. 45 RP-Ausgaben und eine «Annex»-Nummer verursachten einen Gesamtaufwand von 1'187'000 CHF; das sind 134'000 CHF weniger als im Vorjahr. Vom Gesamtaufwand sind 680'000 CHF oder 57 Prozent durch Eigenleistungen gedeckt. 2010 wies die Zeitung eine beglaubigte Auflage von 3'985 Exemplaren auf und zählte im Jahresdurchschnitt 3'765 bezahlte Abos; das sind 3,6 Prozent weniger als im Vorjahr. Die Abo-Erträge ver-

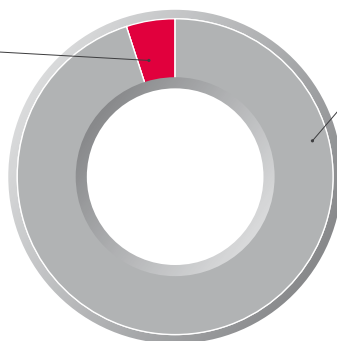
minderten sich um 34'000 auf 451'000 CHF (minus 7 Prozent). Die unterschiedlichen Rückgänge von Abo-Zahlen und Abo-Erträgen spiegeln eine Tendenz zur Verlagerung von Einzel- zu Gruppen-Abos. Der Ertrag von Print-Inseraten beläuft sich auf 294'000 CHF. Das ist gegenüber dem Vorjahr ein Plus von 16'000 CHF oder 6 Prozent. Aus den RP-Online-Inseraten resultieren zusätzliche Erträge von 18'000 CHF. Nimmt man zu den Online-Erträgen die ref.ch-Inserate und -Banner hinzu, so liegt die Summe von 34'000 CHF mit dem Vorjahr gleichauf (die unterschiedliche Zuweisung wurde erst 2010 eingeführt).

## REF.CH

Eigenleistungen 16'000 CHF

5 %

Gesamtaufwand ref.ch:  
**287'000 CHF**



Beiträge 271'000 CHF

95 %

### Das Portal der Reformierten

Der 2009 noch im Unternehmensbereich Printjournalismus angesiedelte News-Service ist seit 2010 vollständig ins Projekt ref.ch integriert. Letzteres ist in Organigramm und Rechnung noch immer Bestandteil des Unternehmensbereichs Internet. Das Portal ref.ch hat jedoch für die laufende Experimentierphase im Zeichen der Medienkonvergenz den Status eines Entwicklungsprojekts und ist als solches direkt dem Geschäftsführer unterstellt. Die Gesamtkosten belaufen sich auf 287'000 CHF. Aus Online-Inseraten und Bannern

resultiert ein Ertrag von 16'000 CHF. Die als Angebot des Portals nutzbaren «ref.ch News» wurden über den täglichen Mailinglist-Versand an über 500 Adressen geschickt. Hinzu kamen rund 100 Twitter-Follower. Diese und die Bezüger von RSS-Feeds (statistisch nicht erfasst) erhalten jede Meldung einzeln, sobald sie im Web angeschaltet ist. Die Webstatistik zeigt überdies, dass News die mit Abstand meistgenutzten Inhalte von ref.ch sind. Ein Grossteil der monatlich 44'000 Anwendersitzungen des Portals ging auf das Konto aktueller Nachrichten.

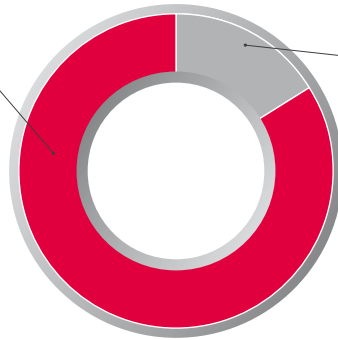


**Eigenleistungen 748'000 CHF**  
Vorjahr: 726'000 CHF (78%)

**84 %**

**Beiträge 143'000 CHF**  
Vorjahr: 200'000 CHF (22%)

**16 %**

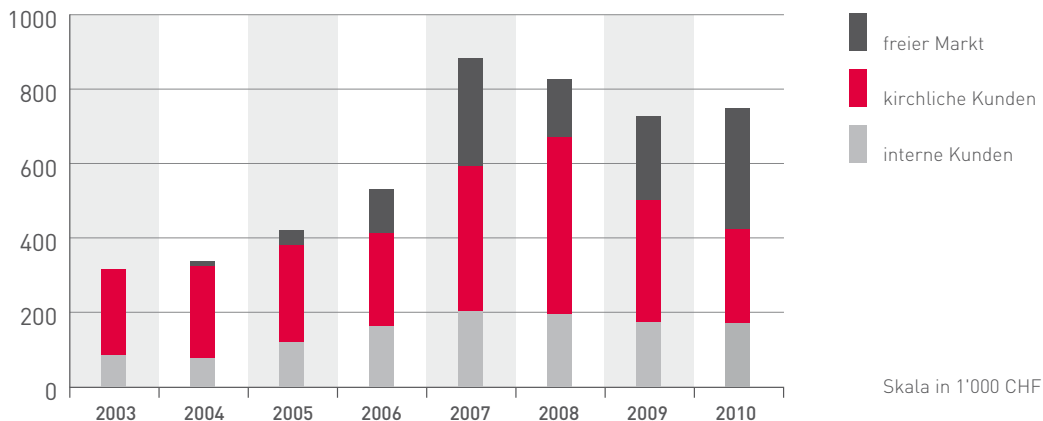


**Gesamtaufwand für Beratung und Produktion bei Medienpark: 891'000 CHF**  
Vorjahr: 926'000 CHF

**Beratung, Corporate Design, Fotografie, Prepress**

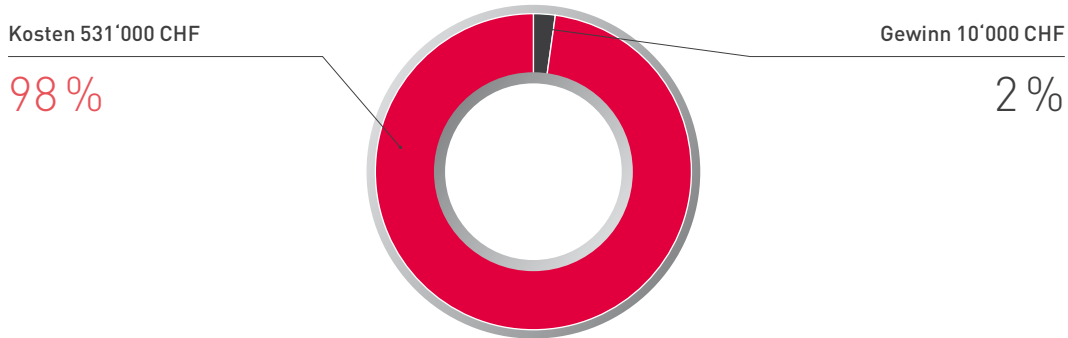
Beratung, Gestaltung und Produktion für alle Formen der visuellen Kommunikation ist das Geschäftsfeld der Unternehmenseinheit Medienpark. Für Corporate Design, Fotografie, Marketingkommunikation und Unternehmenspublikationen ist Medienpark als Agentur im kirchlichen wie im allgemeinen Markt tätig. Zudem arbeitet der Bereich intern für Produkte der Reformierten Medien. Für ein Dutzend kirchliche Periodika, so auch die Reformierte Presse, besorgt Medienpark Layout und Druckvorstufe. Ausserdem gestaltet und produziert das Medienpark-Team diverse Geschäfts- und Jahresberichte. In mehreren Fällen trägt Medienpark bei zur Ausführung von Aufträgen, die von anderen Unternehmensbereichen, namentlich Internet und Kommunikationsberatung, gesteuert werden.

Nach dem Spitzenjahr 2007 nahm der Gesamtaufwand in den beiden Folgejahren markant ab. 2010 resultierte nochmals ein leichter Rückgang: Mit 891'000 CHF liegt er 35'000 CHF unter demjenigen von 2009. Erfreulicherweise konnte aber die Eigenleistung um 22'000 CHF auf 748'000 CHF gesteigert werden und liegt bei 84 Prozent (Vorjahr 78 Prozent). Somit ist Medienpark trotz immer noch sehr schwierigem Marktumfeld auf Kurs: Die Vorgabe des von der Generalversammlung gutgeheissenen mittelfristigen Finanzplans, welcher die Etappen auf dem Weg zur vollen Eigenwirtschaftlichkeit markiert, wird für das Jahr 2010 zwar um 30'000 CHF verfehlt. Dass Medienpark seit 2011 als Profit-Center geführt wird und intern marktgerechte Kosten zu verrechnen sind, wird sich jedoch auf die Eigenfinanzierung positiv auswirken.



Die Säulengrafik zeigt die Zusammensetzung der Medienpark-Erträge im mehrjährigen Vergleich. Das Total von 748'000 CHF bedeutet eine Zunahme um 3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Anteil der internen Aufträge (170'000 CHF) sank um 2 Prozent, derjenige der reformierten

Kunden (254'000 CHF) gar um 23 Prozent. Der Gesamtzuwachs verdankt sich einmal mehr dem Ertragswachstum auf dem freien Markt. Der Ertrag von 324'000 CHF liegt 45 Prozent über dem Vorjahr. Dieser Sektor liegt mit einer Umsatzrendite von 8 Prozent im Plus.



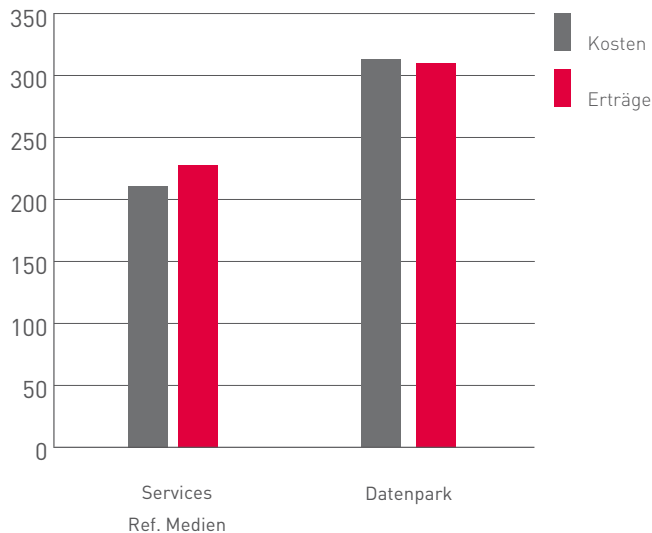
**Internet konsolidiert (Reformierte Medien und Datenpark)**

Das gemäss Organigramm und Rechnung zum Unternehmensbereich Internet zählende Portal ref.ch ist hier erstmals ausgegliedert und separat auf Seite 22 dargestellt. Aus diesem Grund fehlt in der obigen Grafik der Vorjahresvergleich.

Ohne ref.ch ist der Internet-Bereich vollständig eigenwirtschaftlich. Die Internet-Dienstleistungen der Reformierten Medien bestehen zunächst aus selbst entwickelten Web-Applikationen für den kirchlichen Bedarf. Es sind dies «Quickpage», die neu entwickelte zweite Version des preisgünstigen Content Management Systems für Kirchgemeinden ([www.quickpage.ch](http://www.quickpage.ch)), die Mitgliederverwaltung «Lintu» ([www.lintu.ch](http://www.lintu.ch)), das darauf aufsetzende Kontakt-Tool für die individuelle Reli-Laufbahn «Untipunkt» ([www.untipunkt.ch](http://www.untipunkt.ch)), die Bilderverwaltung «Refbild» ([www.refbild.ch](http://www.refbild.ch)) sowie die zwei Versionen «Kirchenmail free» und «Kirchenmail pro» des Mailsystems für ref.ch-Adressen. Ein weiterer Hauptteil der Internet Services ist die Entwicklung und Realisierung massgeschneiderter Webkonzepte. Die Kundschaft dieses

Angebots setzt sich vorwiegend, aber nicht nur aus kirchlichen Organisationen zusammen. Die Erträge haben sich stark nach oben bewegt. 2007 waren es 108'000 CHF, 2008 wurden 111'000 CHF erreicht, 2009 stieg der Wert auf 185'000 CHF und 2010 wurden 226'000 CHF eingenommen. Mit dieser Steigerung um 40'000 CHF oder 22 Prozent wurde erstmals ein Gewinn realisiert (17'000 CHF) und damit der Break even geschafft.

Datenpark ist ein Projekt der Ökumenischen Mediengruppe und dient weiten Teilen der kirchlichen Internet-Landschaft als technische Infrastruktur. Die Leistungen von Datenpark bestehen im Wesentlichen aus Hosting, Support und Applikationsentwicklung. Datenpark arbeitet seit dem Start im Herbst 2003 grundsätzlich eigenwirtschaftlich. Der bei einem Umsatz von 313'000 CHF resultierende Verlust von 2 Prozent (7'000 CHF) im Jahr 2010 ist die Ausnahme und wird dem Eigenkapital des Projekts belastet. In den sieben vollen Betriebsjahren hat Datenpark seine Anfangsinvestitionen von 150'000 CHF bis auf einen Rest von 20'000 CHF aus eigener Kraft amortisiert.



**Radio und Fernsehen, Film und Bildung, Grundlagen, Kommunikationsberatung**

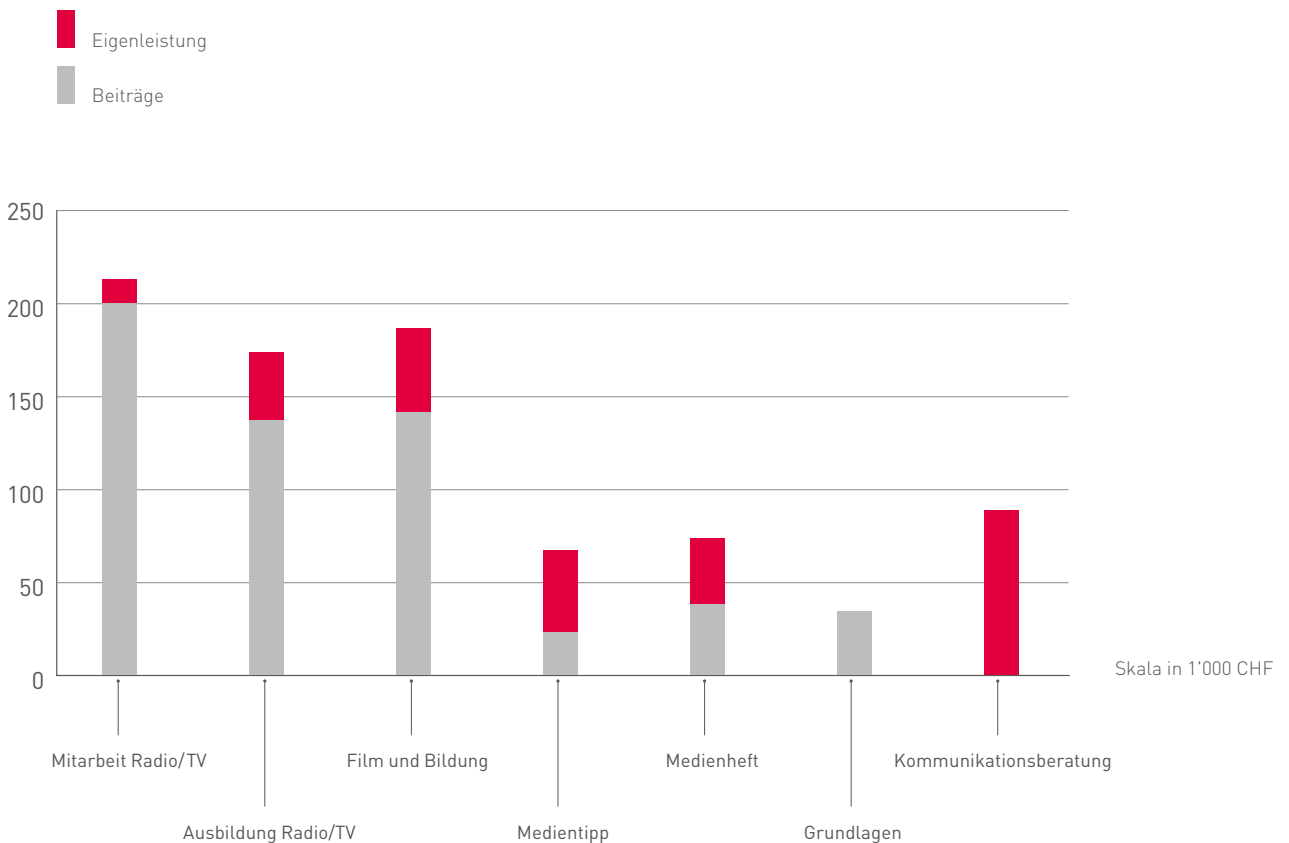
Bei Radio und Fernsehen beträgt der Gesamtaufwand für die Programmmitarbeit 212'000 CHF, wovon 6 Prozent durch Entschädigungen der SRG gedeckt sind. Die Leistungen bestehen in Konzeptentwicklung, Auswahl und Vorbereitung von Gemeinden und Mitwirkenden, Beratung für Inhalt und Präsentation, Koordination mit Technik und Programm, Begleitangeboten für das Publikum, Evaluation und Nacharbeit. Für Ausbildung und Training kirchlicher Sprecher/-innen sowie weitere Aktivitäten in Beratung, Schulung und Coaching kirchlicher Exponenten entsteht ein zusätzlicher Aufwand von 173'000 CHF. 21 Prozent dieser Kosten sind durch Eigenleistungen gedeckt. Der Unternehmensbereich Radio und Fernsehen als Ganzer ist zu 87 Prozent beitragsfinanziert.

Die Leistungen des Bereichs Film und Bildung bestehen auf Seiten der Reformierten Medien in Kursen, Referaten, Publikationen, Medienauftritten und kirchlicher Präsenz an wichtigen Filmfestivals sowie aus Leistungen zugunsten der Bildungsmedien. Bei einem Volumen von 186'000 CHF

(Vorjahr 163'000 CHF) belaufen sich die Eigenleistungen hier auf 24 Prozent (Vorjahr 8 Prozent). Nimmt man den ökumenischen Medienladen hinzu im Sinn der konsolidierten Bereichsrechnung, so resultieren ein Volumen von 901'000 CHF (Vorjahr 864'000 CHF) und eine Eigenleistung von 75 Prozent (Vorjahr: 72 Prozent). Der Medienladen allein weist eine Eigenwirtschaftlichkeit von 87 Prozent auf.

Vollständig beitragsfinanziert ist hingegen die Tätigkeit des Geschäftsführers im Bereich Grundlagen, Medienkritik und Medienpolitik mit Kosten von 34'000 CHF. Die sachlich damit verbundenen ökumenischen Publikationen Medientipp (Kosten: 67'000 CHF) und Medienheft (Kosten: 73'000 CHF) erzielen dank Mitträgerschaft des Katholischen Mediendienstes Eigenleistungen im Umfang von 66 bzw. 48 Prozent.

Die vom Geschäftsführer angebotene Kommunikationsberatung für Kirchen und kirchliche sowie kirchennahe Organisationen weist bei einem Volumen von 88'000 CHF einen kleinen Gewinn 1'000 Franken aus und ist damit voll eigenwirtschaftlich.



# Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

## Geschäftsführer

Urs Meier  
100%



## Printjournalismus

Stephan Landis  
Co-Chefredaktor  
Reformierte Presse 65%



Monika Dettwiler  
Co-Chefredaktorin  
Reformierte Presse 85%



Corina Fistarol  
Redaktorin  
Reformierte Presse 60%



Herbert Pachmann  
Redaktor Reformierte Presse  
50%



• Matthias Böhni  
Redaktor Reformierte Presse,  
60%



• Patricia Dickson  
Assistentin Reformierte Presse  
15%



• Rita Schwitler  
Redaktionsassistentin  
Reformierte Presse 60%



## IT und Internet

Matthias Bachmann  
Leiter, Stv. des  
Geschäftsführers 80%



• Jana Rütli  
IT-Support  
40%



• Matthias Böhni  
Projektleiter rei.ch  
40%



• Pascale Käser-Huber  
Community Manager  
30%



• Patricia Dickson  
Assistentin rei.ch  
30%



## Medienpark

Erik Senz  
Leiter Marketing und  
Medienpark 100%



Carine Mock  
Polygrafin  
100%



Gion Plander  
Fotograf  
70%



Manuela Frei  
Praktikantin  
100%



Roger Artentti  
Polygraf  
60%



Zeljko Gaharric  
Visualiter Gestalter  
40%





**Datenpark**

Philip Jeza  
Systementwickler  
60%

Roger Im Hof  
Informaliker  
80%

**Radio und Fernsehen**

Martin Peier  
Radio- und  
Fernsehbeauftragter 100%

Pascale Käser-Huber \*  
Projektleiterin Gottesdienste  
R/TV 50%

**Medienladen**

Peter Weskamp  
Leiter  
100%

Andreas Huber  
Sachbearbeiter  
100%

Dharmendra Parmar  
Assistent  
60%

Regula Bosshard  
Sachbearbeiterin  
60%

**Medienheft**

Judith Arnold  
Redaktorin  
40%

**Film und Bildung**

Christine Stark  
Filmbeauftragte  
60%

**Administration und Marketing**

Robert Zaugg  
Leiter Finanzen und  
Personal 70%

Beatrice Isler  
Administration  
50%

Jana Rütli \*  
Administration  
20%

Karin Paule  
Marketingassistentin und  
Administration 80%

Patricia Dickson \*  
Administration  
15%

Rita Schwiter \*  
Inserate  
25%

Rosemarie Sulger  
Inserate, Administration und  
Rechnungswesen 80%

**Medientipp**

Monica Lienin  
Redaktorin  
40%

Thomas Signer  
Volontär  
20%

\* diese Personen sind in mehreren Bereichen tätig und deshalb mehrfach aufgeführt

# Mitglieder

Stand 1.1.2011

AARGAU	<p><a href="http://www.ref-ag.ch">www.ref-ag.ch</a> <b>Reformierte Landeskirche Aargau</b> Augustin-Keller-Strasse 1, Postfach, 5001 Aarau Telefon +41 62 838 0010, Telefax +41 62 838 0029, info@ref-aargau.ch</p>
APPENZELL	<p><a href="http://www.ref-arai.ch">www.ref-arai.ch</a> <b>Evangelisch-reformierte Landeskirche beider Appenzell</b> Landsgemeindeplatz 1, Postfach 248, 9043 Trogen Telefon +41 71 340 0455, Telefax +41 71 340 0456, info@ref-arai.ch</p>
BASELSTADT	<p><a href="http://www.refbl.ch">www.refbl.ch</a> <b>Evangelisch-reformierte Kirche des Kantons Basel-Landschaft</b> Obergestadeck 15, Postfach 438, 4410 Liestal Telefon +41 61 926 8181, Telefax +41 61 926 8189, kirchensekretariat@refbl.ch</p>
BASELSTADT	<p><a href="http://www.erk-bs.ch">www.erk-bs.ch</a> <b>Evangelisch-reformierte Kirche Basel-Stadt</b> Rittergasse 3, Postfach 948, 4001 Basel Telefon +41 61 277 4520, Telefax +41 61 277 4576, kirchenratssekretariat@erk-bs.ch</p>
BERN	<p><a href="http://www.refbejuso.ch">www.refbejuso.ch</a> <b>Reformierte Kirchen Bern-Jura-Solothurn</b> Bürenstrasse 12, 3007 Bern, Briefadresse: Postfach, 3000 Bern 23 Telefon +41 31 370 2828, Telefax +41 31 370 2829, kirchenkanzlei@refbejuso.ch</p>
FREIBURG	<p><a href="http://www.ref-fr.ch">www.ref-fr.ch</a> <b>Evangelisch-reformierte Kirche des Kantons Freiburg</b> Prehlstrasse 11, Beaulieu, 3280 Murten Telefon +41 26 670 4540, info@ref-fr.ch</p>
GLARUS	<p><a href="http://www.ref.ch/gl">www.ref.ch/gl</a> <b>Evangelisch-reformierte Landeskirche des Kantons Glarus</b> Wiesli 7, 8750 Glarus Telefon +41 55 640 2609, Telefax +41 55 640 6702, landeskirche.glarus@bluewin.ch</p>
GRAUBÜNDEN	<p><a href="http://www.graubuenden-reformiert.ch">www.graubuenden-reformiert.ch</a> <b>Evangelisch-reformierte Landeskirche Graubünden</b> Loestrasse 60, 7000 Chur Telefon +41 81 257 1100, Telefax +41 81 257 1101, landeskirche@gr-ref.ch</p>
LUZERN	<p><a href="http://www.refluzern.ch">www.refluzern.ch</a> <b>Evangelisch-reformierte Kirche des Kantons Luzern</b> Hertensteinstrasse 30, 6004 Luzern Telefon +41 41 417 2880, Telefax +41 41 417 2889, synodalrat@lu.ref.ch</p>
NIDWALDEN	<p><a href="http://www.ref.kirche-nidwalden.ch">www.ref.kirche-nidwalden.ch</a> <b>Evangelisch-reformierte Kirche Nidwalden</b> Buochserstrasse 16, Postfach 301, 6371 Stans Telefon +41 41 610 3436, Telefax +41 41 610 3845, ref-kirchenrat-nw@bluewin.ch</p>

OBWALDEN	<p><a href="http://www.ow.ref.ch">www.ow.ref.ch</a>  <b>Verband der Evangelisch-reformierten Kirchgemeinden des Kantons Obwalden</b>  Ennetriederweg 2, 6060 Sarnen  Telefon +41 41 660 1834, Telefax +41 41 660 1858, obwalden@ow.ref.ch</p>
ST. GALLEN	<p><a href="http://www.ref-sg.ch">www.ref-sg.ch</a>  <b>Evangelisch-reformierte Kirche des Kantons St. Gallen</b>  Oberer Graben 31, 9000 St. Gallen  Telefon +41 71 227 0500, Telefax +41 71 227 0509, kanzlei@ref-sg.ch</p>
SCHAFFHAUSEN	<p><a href="http://www.ref-sh.ch">www.ref-sh.ch</a>  <b>Evangelisch-reformierte Landeskirche des Kantons Schaffhausen</b>  Pfrundhausgasse 3, Postfach, 8201 Schaffhausen  Telefon +41 52 624 4862, Telefax +41 52 624 4842, kirchenrat@ref-sh.ch</p>
SCHWYZ	<p><a href="http://www.ref.ch/sz">www.ref.ch/sz</a>  <b>Evangelisch-reformierte Kantonalkirche Schwyz</b>  Postfach 548, 6410 Goldau  Telefon +41 41 811 2381, info@sz.ref.ch</p>
SOLOTHURN	<p><a href="http://www.ref-so.ch">www.ref-so.ch</a>  <b>Evangelisch-reformierte Kirche Kanton Solothurn</b>  Rainstrasse 50, 5013 Niedergösgen  Telefon +41 62 849 2208, Telefax 41 62 849 2209, sekretariat@ref-so.ch</p>
THURGAU	<p><a href="http://www.evang-kirche-tg.ch">www.evang-kirche-tg.ch</a>  <b>Evangelische Landeskirche des Kantons Thurgau</b>  Bankplatz 5, 8500 Frauenfeld  Telefon +41 52 721 7856, Telefax +41 52 721 2751, kanzlei@evang-kirche-tg.ch</p>
URI	<p><b>Evangelisch-reformierte Landeskirche des Kantons Uri</b>  Postfach 304, 6460 Altdorf  Telefon +41 41 870 8680, Telefax +41 41 871 2025, info@ur.ref.ch</p>
ZUG	<p><a href="http://www.ref-zug.ch">www.ref-zug.ch</a>  <b>Evangelisch-reformierte Kirchgemeinde des Kantons Zug</b>  Bundesstrasse 15, Postfach 4255, 6304 Zug  Telefon +41 41 726 4747, Telefax +41 41 726 4750, info@ref-zug.ch</p>
ZÜRICH	<p><a href="http://www.zh.ref.ch">www.zh.ref.ch</a>  <b>Evangelisch-reformierte Landeskirche des Kantons Zürich</b>  Blaufahnenstrasse 10, 8001 Zürich  Telefon +41 44 258 9111, Telefax +41 44 258 9122, info@zh.ref.ch</p>
EVANGELISCH-METHODISTISCHE KIRCHE	<p><a href="http://www.emk-schweiz.ch">www.emk-schweiz.ch</a>  <b>Evangelisch-methodistische Kirche Schweiz</b>  Badenerstrasse 69, Postfach 1344, 8026 Zürich  Telefon +41 44 299 3080, Telefax +41 44 299 3089, info@emk-schweiz.ch</p>

# Organe

## REFORMIERTE MEDIEN

**3. Juni 2010 bis 7. Juni 2011**  
(zweites Jahr einer vierjährigen Amtsperiode)

### VORSTAND

**David A. Weiss**, Präsident  
Pfarrer, Synodalratspräsident Luzern  
Hertensteinstrasse 30, 6004 Luzern

**Nicolasina ten Doornkaat**, Vizepräsidentin  
Projektleiterin und Beraterin  
für Nonprofit-Organisationen  
Ensingerstrasse 29, 3006 Bern

**Dietrich Pestalozzi**, Finanzreferent  
Präsident und Delegierter des Verwaltungsrats  
der Pestalozzi + Co AG, Dietikon  
Mühlehaldenstrasse 25, 8953 Dietikon

**Heinz Fäh-Spescha**,  
Pfarrer, Kirchenrat St. Gallen  
Zürcherstrasse 5, 8640 Rapperswil

**Anita Friedlin Stahel**  
Leonhardstrasse 53, 4051 Basel

**Myriam Heidelberger Kaufmann**  
NPO-Managerin  
Kirchenrätin Aargau  
Breiti 8, 5507 Mellingen

**Matthias Reuter**,  
Pfarrer, Fraktionspräsident  
in der Zürcher Synode  
Im Leecher 40, 8132 Hinteregg

### GESCHÄFTSPRÜFUNGSKOMMISSION

**Wilfried Bühler**, Präsident  
Kirchenratspräsident Thurgau  
Bankplatz 5, 8500 Frauenfeld

**Heidi Baer**  
Kirchenrätin St. Gallen  
Im Weingarten 6, 9242 Oberuzwil

**Urs Karlen**  
Kirchenrats-Vizepräsident Aargau  
Gartenweg 8, 4312 Magden

## ÖKUMENISCHE MEDIENGRUPPE

Die rechtliche Trägerschaft der ökumenischen Projekte bildet der Verein Ökumenische Mediengruppe. Dessen einzige Mitglieder sind der Katholische Mediendienst und die Reformierten Medien. Die Vereinsform wurde gewählt als schlanke und einfache Möglichkeit, eine gemeinsame Trägerschaft mit eigener Rechtsperson zu installieren.

### MITGLIEDERVERSAMMLUNG

**David A. Weiss**  
Präsident Reformierte Medien

**Willi Anderau**  
Präsident Katholischer Mediendienst

**Urs Meier**  
Geschäftsführer Reformierte Medien

**Charles Martig**  
Geschäftsführer Katholischer Mediendienst

### VORSTAND

**Urs Meier**  
Geschäftsführer Reformierte Medien

**Christine Stark**  
Filmbeauftragte Reformierte Medien

**Matthias Bachmann**  
Leiter Internet Reformierte Medien

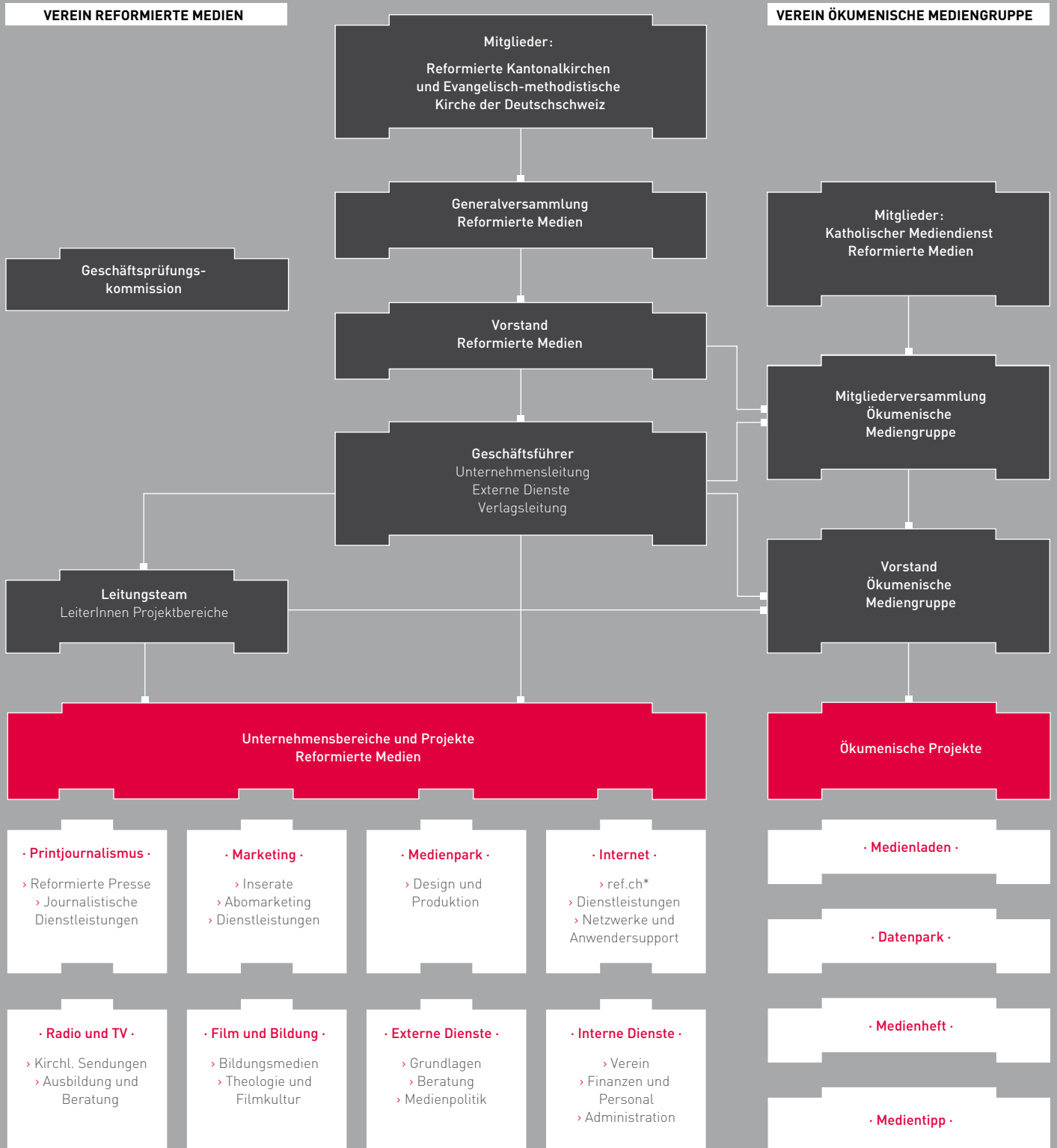
**Charles Martig**  
Geschäftsführer/Filmbeauftragter  
Katholischer Mediendienst

**Erich Schweizer**  
Webmaster Katholischer Mediendienst



# Organigramm

Reformierte Medien und Ökumenische Mediengruppe



\*Das Portal ref.ch ist direkt der Verlagsleitung unterstellt

# Adressen

<b>REFORMIERTE MEDIEN</b>	Badenerstrasse 69, Postfach, 8026 Zürich Telefon 044 299 3311, Fax 044 299 3391  <b>medien@ref.ch</b> <b>www.reformierte-medien.ch</b>
<b>REFORMIERTE PRESSE</b>	Badenerstrasse 69, Postfach, 8026 Zürich Telefon 044 299 3321, Fax 044 299 3393  <b>presse@ref.ch</b> <b>www.reformierte-presse.ch</b>
<b>INSERATE</b>	Badenerstrasse 69, Postfach, 8026 Zürich Telefon 044 299 3311, Fax 044 299 3391  <b>rp-inserate@ref.ch</b>
<b>MEDIENPARK</b>	Badenerstrasse 69, Postfach, 8026 Zürich Telefon 044 299 3345, 044 299 3395  <b>info@medienpark.ch</b> <b>www.medienpark.ch</b>
<b>DATENPARK *</b>	Badenerstrasse 69, Postfach, 8026 Zürich Telefon 044 299 3366, Fax 044 299 3391  <b>info@datenpark.ch</b> <b>www.datenpark.ch</b>
<b>MEDIENLADEN *</b>	Badenerstrasse 69, Postfach, 8026 Zürich Telefon 044 299 3381, Fax 044 299 3397  <b>info@medienladen.ch</b> <b>www.medienladen.ch</b>
<b>MEDIENHEFT *</b>	Badenerstrasse 69, Postfach, 8026 Zürich Telefon 044 299 3311, Fax 044 299 3391  <b>redaktion@medienheft.ch</b> <b>www.medienheft.ch</b>
<b>MEDIENTIPP *</b>	Bederstrasse 76, Postfach, 8027 Zürich Telefon 044 204 1770, Fax 044 202 4933  <b>redaktion@medientipp.ch</b> <b>www.medientipp.ch</b>

\* gemeinsam mit dem Katholischen Mediendienst



