

reformierte

Evangelisch-reformierte Kirchen der deutschsprachigen Schweiz

medien

Jahresbericht 2002

Der Jahresbericht 2002 wurde vom Vorstand der Reformierten Medien am 4.3.2003 verabschiedet und wird der Generalversammlung vom 22.5.2003 vorgelegt mit dem Antrag zur Genehmigung.

Inhalt

2	Geleitwort des Präsidenten Markus B. Christ
4	Neue Unternehmensstruktur Urs Meier
6	Content Management Matthias Bachmann
8	Reformierte Presse Sylvia Senz
10	Vernetzte Redaktionsarbeit Monika Dettwiler
12	Verlagsmarketing Erik Senz
13	Produktionszentrum Print und Bild Frank Lorenz
15	Gottesdienste im Fernsehen Martin Peier
17	Film und Theologie Hans Hodel
21	Medienladen Hans Hodel
23	Medientipp und Medienheft Judith Arnold
24	Kommunikationsberatung Urs Meier
25	Vollkostenrechnung Robert Zaugg
Beiblatt	Organigramme Trägerschaftsstrukturen/ Unternehmensstruktur Reformierte Medien
26	Verzeichnisse

Unternehmen im Aufbruch

Geleitwort des Präsidenten

Markus B. Christ

2002 war bei den Reformierten Medien ein Jahr des strukturellen Umbaus und der konsequenten Umsetzung von Prozessen, die sich über mehrere Jahre hingezogen hatten. Am Ende des Jahres erreichte das Unternehmen den Stand, der 1996 bei der Fusionierung des Evangelischen Mediendienstes und des Reformierten Forums anvisiert war: Die Organisation ist eine Einheit, sie ist professionell geführt, in ihrer kirchlichen Trägerschaft solid verankert und durch deren Organe strategisch gelenkt und beaufsichtigt.

Rechenschaft und Ausblick

Der Jahresbericht der Reformierten Medien erfüllt einerseits die Pflicht des Vorstands, gegenüber der Generalversammlung über das vergangene Geschäftsjahr Rechenschaft abzulegen. Andererseits gibt er den leitenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Gelegenheit, mit exemplarischen Berichten in ihre Tätigkeiten und Überlegungen Einblick zu geben. In den Randspalten werden die Artikel mit Fakten und begleitenden Informationen ergänzt.

Der Bericht richtet sich über den Kreis der Generalversammlung hinaus auch an alle Medieninteressierten in den Kirchen, für welche die Reformierten Medien tätig sind. Ferner soll diese Rechenschaft den Partnern, die teilweise nur mit einzelnen Bereichen der Reformierten Medien in Kontakt stehen, Einblick ins Gesamtunternehmen geben.

Zusätzliche und ständig aktualisierte Informationen sowie wichtige Arbeitsdokumente sind auf der Homepage der Reformierten Medien greifbar (direkte Adresse: <http://medien.ref.ch/>).

Wenn eine neue Aufgabe übernommen werden muss, dann gründet man einen Verein – das ist in der Kirche meist so. Glücklicherweise gibt es auch das Umgekehrte: Wenn zwei Vereine ähnliche Interessen vertreten, dann fusionieren sie. Auch das gibt es in der Kirche – zum Beispiel im Bereich Medien. Zur Erinnerung: Da gab es den Evangelischen Mediendienst alten Zuschnitts mit seinen Standbeinen Film, Radio und Fernsehen, und da gab es den Verein Reformiertes Forum mit seinen Kompetenzen im Printbereich. Die Mitglieder dieser beiden Vereine haben eine Fusion beschlossen: Die deutschschweizerische reformierte Medienarbeit sollte konzentriert und unter einem Dach zusammengefasst werden. Zudem war das Postulat nach einer Agentur umzusetzen. Daraus entstand zunächst der Evangelische Mediendienst neuen Zuschnitts. Heute heisst das Unternehmen «Reformierte Medien».

Konzipiert wurde der Verein ursprünglich mit seinen neuen Standbeinen, schön aufgeteilt in vier Ressorts. In kurzer Zeit – eine bei Medienarbeit gleichsam alltägliche Erscheinung – kamen neue Aufgaben dazu, fanden Verlagerungen statt, wurden Akzente neu gesetzt. Darum drängte sich auch vom Strukturellen und Organisatorischen her eine Anpassung auf: Nicht so sehr eine Ressortorganisation sollte dabei im Vordergrund stehen, sondern viel eher ein projektorientiertes Denken sollte für die Zukunft wegweisend werden. Der Vorstand hat diese Neuausrichtung von allem Anfang an sehr begrüsst und aktiv unterstützt.

Im Lauf des vergangenen Jahres hat eine Arbeitsgruppe zusammen mit einem aussenstehenden Berater die Neustrukturierung konzipiert, und von der Jahresmitte an konnte sie sukzessive und schrittweise umgesetzt werden. Von allen Beteiligten verlangte dieser Prozess ein hohes Mass an zusätzlicher Arbeit, an Flexibilität und Vertrauen. Heute kann ich feststellen: Der Aufwand hat sich gelohnt. Das Unternehmen Reformierte Medien ist nicht mehr ein Fusionsprodukt zweier eigenständiger Grössen, sondern ein modern konzipiertes Ganzes. Dank der modifizierten Projektorganisation können die Reformierten Medien in Zukunft situationsgerecht auf neue Herausforderungen eingehen, neue Aufgaben übernehmen, neue Schwerpunkte setzen.

Äusserlich gesehen ist die Hierarchie flacher geworden. Die Verantwortung für das gesamte Unternehmen liegt beim Geschäftsführer. Er ist dem Vorstand gegenüber verantwortlich.

Das Jahr 2002 war für die Reformierten Medien ein Jahr des Aufbruchs: Bestehende Strukturen konnten aufgebrochen werden. Und überall dort, wo etwas aufbricht, kann Neues keimen. Sicher hat der Aufbruch auch mit Abschied zu tun. Wer zu einer Reise aufbricht, nimmt Abschied von seiner vertrauten Umgebung. Das kann bei aller Reiselust schmerzhaft sein. Einzelne Angestellte in unserem Unternehmen haben solche Gefühle auch gespürt. Aber ich darf doch feststellen: Die Aufbruchstimmung war positiv. Und sie hat Kräfte freigesetzt, zu innovativem Denken angeregt. Dafür danke ich allen Beteiligten sehr herzlich. Ohne ihr Mittragen wären alle Strukturen ein leeres Skelett. Dass aus diesem Skelett ein lebendiger Organismus entstehen konnte, das erfüllt mich mit Freude und auch mit Stolz.

Der Vorstand hofft daher, dass dieser gute Geist unter allen Mitarbeitenden für die Zukunft wegweisend sein wird. Es ist den Vorstandsmitgliedern ein wichtiges Anliegen, dass auch in Zukunft alle getroffenen Entscheidungen transparent wahrgenommen werden können. Gerade in einem Kompetenzzentrum für Kommunikation ist die Unternehmenskommunikation eine zentrale Aufgabe. Daran ständig zu arbeiten, sie stetig zu verbessern, das gehört zu den Kernaufgaben nicht nur des Geschäftsführers, der Bereichsleitenden in den Projektbereichen und der Projektverantwortlichen, sondern das gehört auch zu den Aufgaben des Vorstands. Er ist gewillt, im Rahmen seiner Kompetenzen und Möglichkeiten diese Aufgabe ernst zu nehmen.

Darum danke ich nicht nur allen Mitarbeitenden im Unternehmen, sondern auch meinen Kolleginnen und Kollegen im Vorstand für ihre grosse und kompetente Mitarbeit vor, während und nach den Sitzungen. Der Aufbruch ist vollzogen. Anders gesagt: Der Acker ist aufgebrochen, die Saat gestreut. Ich freue mich auf die Pflanzen, nicht nur auf die, die ich schon kenne und gern habe, sondern auch auf neue, vielleicht auch auf exotische. Medienarbeit lebt von ständig neuen Kreationen, die uns überraschen.

Unsere kirchliche Medienarbeit weiss sich dabei getragen von vielen Interessierten und Engagierten in den Mitgliedkirchen; darum gebührt den Vereinsmitgliedern, also den Kirchen, der Dank für alles Wohlwollen und für alle Unterstützung. Wir werden auch in Zukunft darauf angewiesen sein! Als kirchlicher Verein für Medienarbeit wissen wir uns dem Evangelium, der frohmachenden Botschaft, verpflichtet. Bei all unserer Arbeit sagen wir hoffnungsvoll (und in Anlehnung an ein Lied aus dem Gesangbuch): Wir vertrauen den neuen Wegen, auf die der Herr uns stellt.

Pfarrer Markus B. Christ, Kirchenratspräsident der Evangelisch-reformierten Kirche Baselland, ist Präsident der Trägerschaft der Reformierten Medien.

Vorstandsarbeit 2002

Der Vorstand der Reformierten Medien ist gegenüber der Generalversammlung und den Mitgliedkirchen verantwortlich für strategische Führung und Unternehmensaufsicht der Reformierten Medien. Sein Zusammenwirken mit dem Unternehmen ist in einem Geschäftsreglement detailliert und verbindlich geregelt.

Im vergangenen Jahr hielt der Vorstand sieben halbtägige Sitzungen ab, eine davon im Rahmen einer anderthalbtägigen Retraite. Zusätzliche Verpflichtungen waren die Generalversammlung und die Strategietagung der Reformierten Medien.

Ausserhalb der gemeinsamen Sitzungen und Tagungen leisteten die Vorstandsmitglieder in Arbeitsgruppen und Besprechungen zahlreiche Einsätze zur Beratung und Vorbereitung von Geschäften und Anlässen.

Projekte statt Fachressorts

Verantwortung, Marktnähe und Beweglichkeit

Restrukturierung 2002

Im Dezember 2001 stellte sich die Aufgabe, das Organisations- und Führungsmodell des Unternehmens zu erneuern. Der Geschäftsführer Urs Meier berief dazu eine Arbeitsgruppe, bestehend aus Matthias Bachmann (Leiter Internet), Erik Senz (Leiter Marketing) und Robert Zaugg (Leiter Finanzen), Markus Christ (Präsident der Trägerschaft) und Dr. Stephan Burla (Burla Management, Basel). Ein interner Workshop im Februar 2002 markierte den Start, und bei wichtigen Etappen wurden die Zwischenresultate in Konferenzen mit allen Mitarbeitenden diskutiert. Nach systematischer Evaluation von Modellen legte die Arbeitsgruppe ihren Bericht samt Empfehlung vor, und der Vorstand folgte mit seinem Beschluss vom 23. Mai dem Vorschlag, das zweite Halbjahr 2002 als Übergangsperiode zur Etablierung des Modells Projektorganisation zu bestimmen.

Von Juli bis Dezember 2002 wurden die neuen internen Organe (vgl. Randspalte auf Seite 5) aufgebaut, die einzelnen Projekte definiert, ein neues Rechnungswesen entwickelt und eingerichtet, das System der internen Leistungsverrechnung ausgearbeitet, Führungs- und Controllinginstrumente geschaffen und eingeführt, ein projektbasiertes System der Zeiterfassung getestet und an jedem Arbeitsplatz installiert, Mitarbeitende für neue Führungsaufgaben ausgebildet und zu guter Letzt sämtliche Reglemente überarbeitet und vom Vorstand genehmigt. Diese Prozesse waren eng miteinander verflochten und wurden termingerecht bewältigt.

Ende Dezember 2002 waren die Ziele der Restrukturierung erreicht. Zum Ende des Jahres 2003 wird dann der Vorstand die Neuorganisation nochmals überprüfen.

Urs Meier

Die im Jahr 2002 vollzogene Restrukturierung der Reformierten Medien erweist sich als konsequente Weiterentwicklung. Das Unternehmen ist auf dem mit der Fusion von 1996 eingeschlagenen Weg weitergegangen und wächst zur Einheit zusammen. Zudem ist die Verbindung und Unterscheidung von kirchlichem Auftrag und unternehmerischer Ausrichtung nun klar ausgearbeitet. Die neuen Strukturen entsprechen den Vorstellungen von Corporate Governance.

Die Reformierten Medien haben sich von ihren Fachressorts verabschiedet. Die herkömmliche interne Organisation mit den Einheiten «Presse und Information», «Film und AV-Medien», «Kommunikation und Medien» war durch die Entwicklung des Unternehmens und seines Umfelds überholt. Eine Gliederung nach Medienarten oder Kanälen ist in der Kommunikations- und Medienbranche allgemein problematisch geworden, weil sie der zunehmend medienübergreifenden Arbeitsweise nicht mehr entspricht (vgl. dazu den Beitrag von Matthias Bachmann über Content Management, S. 6ff). Zudem passte nach all den Verschiebungen der vergangenen Jahre die gewachsene Struktur nicht mehr recht zum Betrieb der Reformierten Medien. Aus dem einst grossen Ressort «Film und AV-Medien» war durch Um- und Auslagerungen und die Neuformierung der Ökumenischen Mediengruppe – mit dem Medienladen als neuem Schwergewicht – eine kleine Einheit geworden. Die Gliederung des Unternehmens hatte dadurch allmählich ihr Gleichgewicht eingebüsst. Ferner war das Ressort «Kommunikation und Medien» mehr und mehr zu einem Sammelgefäss herangewachsen, dessen Inhalt kein plausibles Ganzes bildete. Und schliesslich hatten wichtige neue Arbeitsfelder wie Produktion, Internet oder Marketing in der alten Organisation zu wenig Eigengewicht.

Bei der Umstrukturierung der Reformierten Medien im ersten Halbjahr 2002 begnügten wir uns nicht damit, die alte Organisationsform à jour zu bringen. Ziel war vielmehr, ein Modell zu entwickeln, das einer sich gezwungenermassen ständig wandelnden Unternehmung die nötige Beweglichkeit gibt. Ausserdem sollte die neue Struktur dazu beitragen, dass bisher nicht genügend geförderte Aspekte in allen Bereichen stärker beachtet werden. Technische Infrastruktur und Kompetenz, marktnahe Ausrichtung der Geschäftstätigkeit, präzise finanzielle Steuerung mittels aussagekräftiger Rechnungsmodelle und das Management des Gesamtunternehmens als Einheit wurden als strategisch bedeutsam eingestuft und sollten dem entsprechend strukturbildend wirken.

Nach Auswertung verschiedener Unternehmensmodelle entschieden wir uns für eine Projektorganisation. Sie baut die interne Struktur auf einem Grundelement auf, das im Konkreten recht verschieden aussehen kann. Es gibt bei den Reformierten Medien Projekte mit mehreren Mitarbeitenden und einer Vielzahl von Produkten. Es finden sich aber

auch etliche Projekte, die nur eine von mehreren Tätigkeiten einer Person sind. Auch befristete Geschäfte können als Projekte geführt werden. Charakteristisch ist immer das klar umrissene Aufgabengebiet. Jedes Projekt wird mit einem hohen Mass an Eigenverantwortung anhand des vom Geschäftsführer erteilten Auftrags und eines Budgetrahmens geleitet. Viele Mitarbeitende sind in mehr als einem Projekt tätig; hinsichtlich personeller Führung besteht dennoch in jedem Fall eine eindeutige Unterstellung. Organisatorisch sind jeweils zwei bis sieben der zur Zeit 26 Projekte in einem Projektbereich zusammengefasst. Die Bereichsleiterinnen und -leiter sind die Personalverantwortlichen und bilden das konsultative Leitungsteam, in dem sämtliche wichtigen Informationen ausgetauscht, aber auch Ideen, Projekte und Strategien ausgeheckt und weiterentwickelt werden. Die Stufe der Projektbereiche bestimmt ausserdem auch die Ebene der Unternehmenslenkung durch den Vorstand: Das wie ein Verwaltungsrat operierende Strategie- und Aufsichtsorgan der Trägerschaft genehmigt insbesondere die Leistungsaufträge und Rahmenbudgets der Bereiche und steckt damit indirekt auch den Handlungsspielraum der einzelnen Projekte ab.

Was verändert sich nun durch die Projektorganisation? Zunächst bekommen alle Mitarbeitenden einen überschaubaren Rahmen für ihre Tätigkeit. So wird beispielsweise das Sekretariat zu einem Dienstleistungszentrum, das sich anhand von Leistungsvorgaben selbst organisiert und seine Beziehungen zu anderen Projekten aushandelt. Ferner wird der Austausch von Leistungen zwischen den Projekten nach klaren Regeln verrechnet. Wenn etwa das Projekt Internet-Dienstleistungen die Website der Reformierten Presse neu gestaltet, so wird dieses Geschäft in der Rechnung abgebildet. Die Vollkostenrechnung des Unternehmens weist die realistisch erfassten Kosten und Erträge aller Leistungen auf Projektebene aus (vgl. dazu den Beitrag von Robert Zaugg, S. 25). Diese Neuerung wird weitreichende Wirkungen haben, indem sie alle Verantwortlichen dazu erzieht, die ökonomische Seite ihres Tuns ganz selbstverständlich immer mit zu bedenken. Dies bedeutet jedoch keinen allgemeinen und permanenten Spardruck. Vielmehr sind bei jedem Projekt die ökonomischen Vorgaben speziell definiert. Sie fordern im einen Fall, mit kirchlichen Beiträgen von x Franken die und die nachweisbaren Leistungen zu erbringen. Und im andern Fall verlangen sie, mit einer gemäss Planung stufenweise reduzierten Subventionierung und überproportional wachsenden finanziellen Eigenleistungen ein sukzessive wachsendes Bündel von Angeboten zu erstellen.

Die Projektorganisation gibt dem Unternehmen als ganzem eine grosse Beweglichkeit. Der Geschäftsführer kann in Absprache mit dem Leitungsteam und insbesondere der Leitungsperson des betroffenen Bereichs jederzeit Projekte lancieren, verändern oder beenden, und mit der Genehmigung des Vorstands sind solche Eingriffe mit entsprechenden Umlagerungen finanzieller Ressourcen auch auf der Ebene der Projektbereiche möglich. Ohne diese Flexibilität könnten die Reformierten Medien ihren Auftrag nicht erfüllen. In der «Unternehmenspolitik 2000-2004» ist dieser auf folgende knappe Formel gebracht: «Die Reformierten Medien sind das Dienstleistungs- und Kompetenzzentrum der Deutschschweizer Kirchen in Fragen von Medien- und Onlinekommunikation sowie für Film, Audiovision und Multimedia.» Damit ist ausgedrückt, dass es nicht damit getan ist, be-

Führung und Organisation

Der Geschäftsführer ist für das Unternehmen gegenüber dem Vorstand verantwortlich. Er ist ferner zuständig für die Grundsatzfragen und die verlegerische Ausrichtung aller Publikationen. Ihm stehen drei Stabsmitarbeiter zur Seite: für Marketing, für Finanzen und Controlling, für Technik und Contentmanagement.

Das aus den Verantwortlichen aller acht Projektbereiche gebildete Leitungsteam dient als interne Informationsdrehscheibe und Organ der kontinuierlichen Unternehmens- und Strategieentwicklung. Es hat konsultative Funktionen und keine formellen Entscheidungsbefugnisse. Ähnliche Aufgaben erfüllt die interne Konferenz. Sie wird je nach Thema und Bedarf zusammengesetzt; es können ihr alle Mitarbeitenden und externe Fachleute angehören. Im Unterschied zum Leitungsteam tritt sie punktuell und nicht kontinuierlich in Funktion.

Die Bereichsleiter/innen führen ihre Projektbereiche gemäss Leistungsauftrag und Budget und sind dafür gegenüber dem Geschäftsführer verantwortlich. Ihnen obliegt die Anstellung und Führung des Personals im Projektbereich. Die Führung einzelner Projekte können sie im Einverständnis mit dem Geschäftsführer an Projektverantwortliche delegieren. Der Vorstand bestimmt die Gliederung des Unternehmens in Projektbereiche und genehmigt Leistungsaufträge und Budgets bis zu dieser Ebene.

Die Projekte werden von einer Projektleiterin oder einem Projektleiter, bzw. direkt vom Bereichsleiter oder der Bereichsleiterin geführt, und zwar anhand eines Projektauftrags und eines Budgetrahmens. Auftrag und Budget der Projekte werden vom Geschäftsführer genehmigt. Projektleiter/innen haben gegenüber Mitarbeitenden die Fachführung.

stehende Angebote zu pflegen und am Leben zu erhalten. Vielmehr verstehen sich die Reformierten Medien als Kommunikationsunternehmen, das seinen Auftrag im dynamischen Umfeld in eigener Verantwortung umsetzt und so dazu beiträgt, den Kirchen Anschluss an die moderne Medienwelt und Kommunikationstechnik zu sichern.

Die Neuorganisation auf Unternehmensebene hat auch dazu beigetragen, die Rolle des Vorstands noch klarer als bisher zu gestalten. Dessen Funktion als aktives Organ der Trägerseite kann jetzt vollständig unter die Begriffe strategische Führung und Unternehmensaufsicht subsumiert werden. Dem entspricht auf der anderen Seite, dass sämtliche Aufgaben der Unternehmensführung abschliessend auf der Ebene des Betriebs zu erfüllen sind. Damit legen die Reformierten Medien die letzten Überreste der längst verabschiedeten operativen Vereinswirtschaft ab. Die Funktionen von Unternehmensleitung und «Verwaltungsrat» (sprich: Vorstand) sind klar unterschieden. Damit sind nicht nur alle Konsequenzen der 1996 eingeleiteten Professionalisierung des Managements gezogen, sondern die Reformierten Medien erfüllen auf diese Weise auch die Anforderungen einer transparenten Führung und Verantwortung, wie sie in der Wirtschaft seit einiger Zeit unter dem Begriff der Corporate Governance diskutiert werden.

Urs Meier ist Geschäftsführer der Reformierten Medien.

Content Management

Eine neue Technik verändert das Arbeiten mit Information

Matthias Bachmann

www.ref.ch

Für das Portal der Reformierten war 2002 ein Jahr des moderaten Aus- und Umbaus. Wichtige Schritte waren die Redimensionierung der RNA mit gleichzeitigem Aufbau einer Communiquéplattform für Kantonalkirchen, die Lancierung der Online-Adressdatenbank und die Verbesserung des laienfreundlichen Informationsangebots, beispielsweise zum Thema Feiertage. Die Besucherzahlen konnten, trotz Einbussen auf Seiten der verschlankten RNA, bis Ende Jahr auf rund 1'500 Anwendersitzungen pro Tag angehoben werden (25% mehr als im Vorjahr).

Seit Jahren künden Informatikspezialisten eine Rationalisierung beim Publizieren an. Einmal erfasste Inhalte oder Contents sollen automatisch in beliebigen Formen und Medien ausgegeben werden können. Jetzt ist die Technik erprobt und bezahlbar. Sie hält zunehmend in Redaktionen Einzug. Auch die Reformierten Medien bereiten sich auf die Nutzung der neuen Möglichkeiten vor. Das technische Verfahren verändert redaktionelle Arbeitsabläufe und erfordert neue Geschäftsmodelle.

Früher hatte ein Artikel *eine* Zielbestimmung: Gedruckt zu werden. Heute will er gedruckt, als Mail verschickt, online publiziert, im Datenbankarchiv abgelegt und am besten gleich noch im Digitalradio vorgelesen sein. Die Potenzierung der Ansprüche führt zur Vervielfachung des Aufwands, wenn keine automatisierte Inhaltsverwaltung zur Verfügung steht. Diese Automatisierung ist heute mit vertretbarem Aufwand möglich. Die Reformierten Medien beschlossen 2002 die Einführung eines entsprechenden Systems.

Als die Reformierten Medien 1999 die Verantwortung für die Website www.ref.ch vom Schweizerischen Evangelischen Kirchenbund über-

übernahmen, war diese Domain ein autarkes publizistisches Eiland: Ein «Portal der Reformierten», das seine Inhalte aus eigener Kraft, nach eigenem Gutdünken und ohne Gedanken an Synergien mit anderen publizistischen Ressorts im Haus an der Badenerstrasse 69 produzierte.

Ein Jahr später, mit dem Relaunch des Internet-Portals im Dezember 2000, konnten die vorher auf refpresse.ch verbreiteten News der Reformierten Nachrichten (RNA) auf ref.ch übernommen werden, und die Bildagentur [refbild](http://refbild.ch) stellte ihre digitalisierten Produkte nun ebenfalls für ref.ch zur Verfügung und verkaufte sie zugleich über diesen Kanal. Möglichkeiten der vielfachen Verwertung eines einzigen Inhalts zeichneten sich ab.

Mit der Restrukturierung im Jahr 2002 wurde diesen Möglichkeiten ein optimales organisatorisches Fundament gegeben. Die Weichen sind nun in Richtung einer möglichst hohen Durchlässigkeit zwischen verschiedenen Medien gestellt. Die neuen Strukturen fordern uns nachgerade dazu heraus, einen «Content» – einen Newsbeitrag zum Beispiel – medienübergreifend zu nutzen.

Der gute strukturelle Wille braucht allerdings ein solides technisches Fundament, und dieses Instrumentarium bezeichnet man in der Regel als Content Management. Kleinere Firmen betreiben Content Management etwa, indem sie Firmennews mit einer Standardsoftware im Online-System erfassen, je nachdem nur fürs Intranet oder auch fürs Internet freigeben und bei Bedarf automatisch in ein PDF-Dokument drucken. Grosse Medienhäuser betreiben Content Management, indem sie ihre Artikel in einem Redaktionssystem erfassen, das direkte Schnittstellen zum digitalen Printbereich, zum Datenbankarchiv der Zeitung und zu ihrem Webauftritt hat.

Solchem Content Management liegen einige schlagende Ideen zugrunde. Die wichtigste lautet: Inhalt und Form sind zu trennen. Denn der Content soll flexibel bleiben. Einmal erfasst, soll er beliebige Formen und Formate annehmen können. Der gleiche Text wird so zum Archivtext, zum Zeitungstext, zur Webnews, zum Mailinglistbeitrag, zum PDF-Dokument, und in Zukunft zu noch mehr, zum Tondokument etwa, via Internet vorgelesen. Ein Korrektur am einen Urtext ist dann eine Korrektur in sämtlichen Formaten. *Sola scriptura*, um es mit einer alten reformatorischen Formel zu sagen.

Managen kann man diesen Content allerdings nur, wenn er gut strukturiert ist. Ein Artikel beispielsweise darf nicht als Textwurm gespeichert werden, er muss eindeutig identifizierbare Sequenzen haben: Autor, Erscheinungsdatum, Titel, Lead, Text (strukturiert in Abschnitte mit Zwischentiteln), Bild, Bildlegende, Diagramm etc. Automatische Inhaltsverzeichnisse lassen sich nur erstellen, wenn klar ist, welches in einem Buchstabenfluss der Titel ist. Eine Autorensuche ist nur dann präzise zu bewerkstelligen, wenn die Anzeige des Autors einen definierten Platz hat. Und eine «Ausgabe» der Reformierten Presse lässt sich online nur dann präsentieren, wenn jeder Artikel einer Ausgabe in einem Jahrgang zugewiesen ist. Das System, das einem dabei hilft, den Content derart strukturiert abzulegen und zu verwenden, heisst sinnigerweise CMS: Content Management System. Die Einführung eines CMS bei den Reformierten

Stellenmarkt online

2002 wurden auf <http://jobs.ref.ch> 97 Inserate publiziert. Damit hat der Online-Stellenmarkt offenbar eine kritische Grösse erreicht, die ihn für Jobsuchende und Neugierige interessant macht. Er zählte im Januar 2003 1'600 Besucherinnen und Besucher (+38% gegenüber Januar 2002), jedes Inserat wurde zudem an 260 Mailinglistabonnenten verschickt (+53%).

Kirchenmail

Das Kirchenmail, also die E-Mail-Adresse nach dem Muster *vorname.nachname@kt.ref.ch*, ist unser Longseller: Auch im dritten Jahr nach seiner Einführung blieb das Interesse hoch. Bis im Januar 2003 waren insgesamt 1'300 Kirchenmails eingerichtet. Die Reformierten Medien verwalten 650 dieser 1'300 Mails, was ein Plus von 230 E-Mails oder 51% gegenüber dem Vorjahresstand bedeutet. Einzelne Kantone bezahlen zudem direkt für zusätzliche Leistungen, die sie dank dieser E-Mail-Infrastruktur nutzen können.

Quickpage

Ende 2002 benutzten 42 Kirchgemeinden das Content Management System *Quickpage*, das die Reformierten Medien entwickelt und Ende 2001 lanciert haben. Diese Applikation, die Kirchgemeinden eine vollständig browserbasierte Verwaltung ihrer Webpage erlaubt, erhält von den Anwendern gute Kritiken; gerade Anfängerinnen und Anfänger kommt die bewusst straffe Benutzerführung entgegen. Die Abonnentenzahl liegt knapp unter den Erwartungen. Durch den nach wie vor anhaltenden Verkauf von Neuabos und die Lancierung des Zusatzmoduls «Raumverwaltung» dürften die Verkäufe dieses Jahr noch einmal steigen.

Dienstleistungen an Dritte

Die Reformierten Medien arbeiteten im Jahr 2002 für verschiedene kirchliche Organisationen im Bereich Webdesign, Webprogrammierung und Webpublishing. Wir erstellten Websites (Evangelische Landeskirche Thurgau, BFA-Kampagnen, Kirchlicher Sozialdienst Zürich, reli.ch – Der Marktplatz für Religion und Unterricht, Reformatio, Wort zum Sonntag u.a.), und wir besorgten den Unterhalt von Websites, die wir früher erstellt hatten. Deutlich zeichnete sich bei den neu erstellten Sites der Trend hin zu datenbankgestützten Seiten mit – individuell zugeschnittenen – Content-Management-Aspekten ab.

Medien im Laufe dieses Jahres wird zunächst zu einer «Verflüssigung» des Content führen: Die Artikel der Redaktion werden online verfügbar, so bald sie an die Druckerei gehen, und zwar ohne erneute Webpublishing-Arbeit. Zudem werden sie in integraler Form zur Verfügung stehen, also mit Bildern, Kästchen, Links. Das Portal ref.ch wird somit auch zur «RP online», Und diese Internetversion wird gegenüber der gedruckten Ausgabe einen Mehrwert bieten, zum Beispiel eine frühzeitige und weltweite Verfügbarkeit der Artikel. Vor allen Dingen aber bietet die RP online eine präzise Suchfunktion über Nummern und Jahrgänge. Dank der Archivierung und der angestrebten nachträglichen Volltextfassung der älteren Jahrgänge zurück bis 1999 wird ein zeithistorisches Archiv der reformierten Schweiz entstehen, das schnelle Recherchen nach Köpfen, Themen und Organisationen in bislang nicht möglichem Ausmass erlaubt.

Das Problem, das sich jedes Medienhaus mit der Online-Publikation seines Content einhandelt, heisst Kannibalisierung. Der Webbereich frisst den Printbereich: Leserinnen und Leser kündnen ihre Abos, weil es online ja alles gratis gibt. Um das zu verhindern, lassen sich mit einem CMS die Artikel beliebig sperren und freigeben. Der eine Beitrag kann für alle Leser sicht- und anklickbar auf die Frontseite von ref.ch gestellt werden, ein anderer bleibt den RP-Abonnenten mit Online-Login vorbehalten. Bekanntlich wächst allgemein die Bereitschaft, auch online für nützliche und attraktive Inhalte zu bezahlen. Die Chancen, dass das Content Management allen Beteiligten Mehrwert bringt, stehen also gut.

Matthias Bachmann ist Leiter Internet der Reformierten Medien und im Unternehmen zuständig für Technik und Contentmanagement.

Wissen als Ressource

Die Reformierte Presse stützt die kirchliche Arbeit

Sylvia Senz

Wie für alle Unternehmen und Organisationen so ist auch für die Kirchen einer der wichtigsten Rohstoffe das Wissen ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Diese Grundlage muss ständig gepflegt und mit Informationen aktuell gehalten werden. Deshalb brauchen die Kirchen eine kompetente Zeitung für professionell und freiwillig Mitarbeitende. Sie subventionieren die Reformierte Presse im eigenen Interesse.

Das ist unser Alltagsgeschäft: Schwimmübungen in der Flut der Meldungen und Nachrichten aus aller Welt. Was ist von Interesse? Wer kann uns Auskunft geben? Wer kann Zahlen deuten, etwas beurteilen, kommentieren? Was ist wichtig für unsere Leserinnen und Leser?

Alle Mitarbeitenden von Organisationen brauchen Informationen, um ihre Arbeit kompetent zu erledigen. Auch kirchliche. Die Reformierte

Presse sammelt Informationen, bereitet sie journalistisch auf und stellt sie den kirchlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zur Verfügung. Dabei weiss die Redaktion nicht mehr als andere. Aber sie fragt die, die etwas wissen können. Das sind oft wiederum in der Kirche Tätige. Aber auch andere «kleine und grosse Tiere». Natürlich sind wir darauf angewiesen, dass uns die Gesprächspartner ihr Wissen zur Verfügung stellen.

Die Redaktion der Reformierten Presse ist eine Drehscheibe. Sie sammelt Wissen, Informationen, Meinungen und Standpunkte aus den Kantonalkirchen und anderen kirchlichen Institutionen, aus der weltweiten Kirche, aus Religion und Gesellschaft. Sie gewichtet, beurteilt und kommentiert. Diese Arbeit ist verantwortungsvoll und bedarf einer steten Güterabwägung: Welche Themen müssen wir aufgreifen? Was ist kirchlicher Pflichtstoff? Wie hoch ist der tatsächliche Informationsgehalt der Nachricht? Wie viel Grundinformationen dürfen wir bei den Lesenden voraussetzen? Die Einschätzung gelingt nicht immer perfekt: Manches gerät zu kurz, anderes zu ausführlich, und einiges ist gar überflüssig.

Es allen recht zu machen, ist nicht unsere Absicht. Die Redaktion hat eine eigene Meinung, was auch zu Widerspruch führt. Das ist gut so! Denn ohne unterschiedliche Auffassungen gibt es keine Diskussion.

Die Reformierte Presse ist eine von vielen Quellen, aus denen kirchliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die nötigen Informationen für ihre Arbeit schöpfen. Unser Schwerpunkt sind die Nachrichten aus der reformierten Welt. Hier ist so viel los, dass sich ein einzelner kaum mehr allein alles Wissenswerte zusammensuchen kann. Auch die Trennung des relevanten Stoffes vom anwachsenden Verlautbarungs-Trash erfordert immer grössere Kapazitäten.

Die Deutschschweizer reformierten Kirchen unterstützen diese Funktionen der Reformierten Presse mit Subventionen in der Höhe von knapp einem Drittel des Budgets. Sie wollen den Austausch fördern und den Informationsfluss gewährleisten, reformierte Identität entwickeln und vielfältige Auffassungen abbilden. Deshalb ist die Reformierte Presse unabhängig; es darf für sie keine Tabus geben, keine endgültigen Meinungen. Nicht nur von Herzen handeln, sondern auch selber denken: konstruktiv und wenn nötig unbequem, jedoch ohne Kritik um der Kritik willen zu betreiben.

Das ist reformierte Tradition im besten Sinne: Sprache gestaltet Welt, beschreibt und erfasst Sachverhalte. Über Sprache, über das Wort werden Projekte entwickelt, Konzepte erstellt, Diskussionen geführt. Am Anfang ist das Wort. Und auf das Wort folgen die Taten.

Sylvia Senz ist Chefredaktorin der Reformierten Presse.

Annex-Ausgaben 2002

5/2002: St. Galler Kirche 2010. Eine Strategie unter dem Leitsatz «nahe bei Gott – nahe bei den Menschen». 16 S.

7/2002: Alles Sein wird. Prozess-theologie. Konzept: Marianne Weymann; Fotografien: Gion Pfander; 16 S.

11/2002: 75 Jahre Diakonieverband Schweiz. Geschichte mit Fortsetzung. 24 S.

19/2002: Leben am Gotthard. Zum Jahr der Berge. Konzept: Sylvia Senz; Texte: Anders Stokholm; Fotografien: Gion Pfander; 16 S.

21/2002: Kirchen EXPO.niert. Konzept: Monika Dettwiler; Fotografien: Gion Pfander; 16 S.

33/2002: Schule auf der Suche nach Sinn. Religions- und Ethikunterricht. Konzept: Marianne Weymann; Fotografie: Damien Deschenaux; 16 S.

40/2002: Euro-Islam. Konzept: Christiane Faschon, Hans Jürgen Luibl, Sylvia Senz; Fotografie: Christoph Eckelt, Gion Pfander; 24 S.

47/2002: Mahner gegen Macher. Kirche und Wirtschaft im Dauerclinch. Konzept: Sylvia Senz, Urs Meier, Erik Senz; Fotografie: Gustavo Alàbiso, Gion Pfander; 24 S.

Annex-Einzelnummern können zum Preis von Fr. 3.— plus Versandkosten bestellt werden bei:
Reformierte Presse
Postfach
8026 Zürich
presse@ref.ch
01 299 33 21

Symbiosen im Blätterwald

Deutschschweizerisch vernetzte Redaktionsarbeit im Alltag

Monika Dettwiler

Seit 1999 sammeln die Reformierten Medien Erfahrungen mit der parallelen Produktion verschiedenartiger Zeitungen. Am Anfang dieser Entwicklung stand die Vermutung, es müssten redaktionelle Synergien zu erzielen sein, wenn man Kooperationen aufbaut und journalistische Vorarbeiten mehrfach nutzt. Den Beweis für die Richtigkeit dieser Annahme erbringt das Team der Reformierten Presse Monat für Monat.

Variable Dienstleistungen

Die Reformierten Medien leisten unterschiedliche Dienste für Drittpublikationen. Sie reichen von Konzeptentwicklung und Design über professionelle Betreuung lokaler Redaktionsteams, regelmässige Redaktionsmitarbeit, Zulieferung fertiger Seiten, Bildmanagement, Fotografie, Schlussredaktion und Druckvorstufe bis zum Verlagsmanagement mit Betreuung sämtlicher Arbeitsabläufe, angefangen bei der Druckofferte bis zur Auslieferung an die Post.

Zur Zeit betreuen die Reformierten Medien folgende Arten von Mandaten für redaktionelle und produktionsdienliche Dienstleistungen:

Die Kombination von Betreuung lokaler Redaktionsteams, regelmässiger journalistischer Mitarbeit und Schlussredaktion mit Gestaltung, Layout und Druckvorstufe kommt mehrfach vor. Die Zeitungen der Zuger Kantonalkirche (Kirche Z), der Nidwaldner Kantonalkirche (Kirchen News), der Kirchgemeinde Dietikon ZH (Kirche A), der Kirchgemeinde Richterswil ZH (Richterswiler Kirchenfenster) und der Kirchgemeinde Binningen-Bottmingen BL (Kirchenfenster) entstehen monatlich bzw. vierteljährlich nach diesem Muster. In allen diesen Fällen stammt auch das Design von den Reformierten Medien oder wurde unter Beratung durch die >>

«Zug... Hochstrasser...», höre ich auf dem Sofa dösend mit jenem berühmten-berühmten Journalistinnenohr, das immer gespitzt ist, auch nachts. Tatsächlich berichtet der TV-Sprecher, dass Pfarrer Josef Hochstrasser, Religionslehrer an der Kantonsschule Zug, eine Biografie des Fussballtrainers Ottmar Hitzfeld schreibe.

In Zug mache ich mit Hochstrasser ein Interview, das in der Reformierten Presse (RP) 39/02 erscheint. Über die Biografie und das, was Religion und Fussball laut Hochstrasser gemeinsam haben. Das Redaktionsteam der Glarner Kirchenzeitung möchte in der doppelseitigen Mitte der Novembernummer von Reformiert GL etwas Unterhaltendes publizieren. Ich schlage die Hochstrasser-Story vor, die Idee kommt an. Nun gilt es, die Geschichte auszudehnen. Textlich gelingt dies durch Surfen nach Hitzfeld-Anekdoten im Internet. Fehlt noch die Bebilderung. Das einzige Foto, das Hitzfeld und Hochstrasser zusammen zeigt, sei seit Wochen beim Blick, klagt der Bücher schreibende Autor. Ich bombardiere das Boulevardblatt mit Anrufen, und schliesslich bringt ein Blick-Bote das Foto. Die Story in Reformiert GL steht. Und da Josef Hochstrasser in Zug unterrichtet, erscheint der Bericht auch in Kirche Z 1/ 03.

Solche Symbiosen sind im blauen Blätterwald häufig. Blau, weil ausser den vierfarbigen News der reformierten Nidwaldner alle unsere kirchlichen Kantonal- oder Gemeindezeitungen blauschwarz gedruckt werden. Die Synergien laufen in diesem Wald in alle Richtungen. Mir dienen sie für Kirche A (Dietikon ZH) und Reformiert GL sowie für Kirche Z, worin ich einzelne Artikel publiziere.

Kirche Z hat häufig Themen, die ich für Reformiert GL übernehmen kann. Den Bericht «Heiraten – Vorbereitung zur Scheidung» eines Zuger Pfarrers aus Kirche Z 6/02 etwa habe ich telquel für die Glarner Kirchenzeitung kopiert. Umgekehrt erarbeite ich – aus grösseren und kleineren RP-Artikeln – jeden Monat eine Seite «National/International» für Reformiert GL, die ich nur ins Kirche Z-Layout transferieren muss. Teile davon passen auch in Kirche A. Manchmal bedienen sich auch die Kollegen für das Richterswiler Kirchenfenster und die Nidwaldner News, oder umgekehrt kopiere ich Artikel aus ihren Blättern.

Viele Ideen entnehmen wir der RP. Für Reformiert GL habe ich im Januar aus den Berichten des ANNEX zu RP 40/02 eine Doppelseite

zum «Euro-Islam» geschrieben. Da die Glarner mehr Texte zur Lebenshilfe wünschen, ist in der Februarnummer eine Doppelseite zum Anti-Gewalt-Projekt «blijf fair» der Gemeinde Richterswil ZH erschienen, ursprünglich erarbeitet von Christiane Faschon für RP 33/02. Sie wiederum verdankt die Idee zum Thema ihrem heissen Draht zur Kirchgemeinde Richterswil, für die sie das lokale Kirchenfenster produziert.

Da der Glarner Ruf nach mehr Lebenshilfe-Stories dem Wunsch der in Dietikon befragten Leserschaft entspricht, habe ich für Kirche A eine neue Rubrik «Lebenshilfe» vorgeschlagen. In der Februarnummer beginnt die Serie. Pfarrpersonen und ein in Dietikon wirkender Psychologe, den ich für meine Mobbing-Doppelseite in RP 46/01 interviewt hatte, beantworten kostenlos Leserfragen.

Am ausgiebigsten ist der von mir produzierte ANNEX zur Expo.02 recycelt worden. In Kirche Z 5/02 steht ein Frontartikel mit Fortsetzung auf Seite 3, in Reformiert GL 5/02 eine von Gion Pfander locker bebilderte Doppelseite. Ausserdem haben erste Expo-Kontakte zu einem grossen Fotoauftrag für refbild seitens des Vereins Schweizer Kirchen an der Expo.02 geführt.

Damit sind wir bei anderen Synergien. Die meisten in den blauen Blättern publizierten Bilder stammen von refbild. Umgekehrt profitiert die Fotoagentur von unseren Beziehungen. Für den ANNEX «Freiwillig» zu RP 45/00 etwa musste Gion Pfander Szenen mit Freiwilligen fotografieren. Ich fragte in Dietikon an, und er durfte dort eine Serie von Bildern aufnehmen, die wir seither immer wieder für alle Blätter verwenden.

Zwischen dem Kirchenfester von Binningen-Bottmingen, das vierteljährlich von Frank Lorenz produziert wird, und den anderen Kirchenzeitungen gibt es kaum textliche Synergien. Alle profitieren aber von Frank Lorenz' Kreativität beim Layouten. Zwar sind unsere Gestalter in ihrer Arbeit frei, wenn eine Redaktorin sich aber ein unterlegtes Bild à la Binninger-Bottminger oder eine andere Layout-Idee von dort im eigenen Blatt wünscht, sagen sie nicht Nein.

Monika Dettwiler ist Redaktorin der Reformierten Presse.

>> Reformierten Medien von externen Designern erstellt. Häufig werden die Bilder von refbild bezogen. Abgerundet wird das Servicepaket von verlegerischen Management-Dienstleistungen.

Der Monatszeitung der Glarner Kantonalkirche (Reformiert GL), die eine selbständige Redaktion hat, liefern die Reformierten Medien für jede Ausgabe drei Nachrichtenseiten fix und fertig im Design von Reformiert GL. Die Auswahl der Nachrichten und die journalistische Verantwortung für die News-Seiten liegen bei den Reformierten Medien.

Reine Gestaltungs- und Prepress-Jobs sind die Produktionsmandate für die Zeitschriften G2W, RL und Reformatio. Der regelmässigen Herstellung waren auch hier Designaufträge für die Relaunches aller drei Titel vorangegangen.

Management by Sisyphus

Anläufe für viele kleine Sprünge im Verlagsmanagement

Erik Senz

Aus dem Verlagsmarketing

Im Jahr 2002 betrug die verkaufte Auflage der Reformierten Presse (RP) beglaubigte 4'754 Exemplare pro Ausgabe (WEMF).

Es erschienen 47 Ausgaben der RP mit einer Auflage von insgesamt 253'800 Exemplaren.

Die RP enthielt im Jahr 2002 insgesamt 10 Verlagsbeilagen (ANNEX), 12 Beilagen in Kooperation mit anderen kirchlichen Institutionen und 11 Werbebeilagen.

Die durchschnittliche Abonnementsdauer der RP beträgt 7,7 Jahre.

Im Jahr 2002 buchte jeder Inseratentkunde in der RP durchschnittlich 2,5 Anzeigen.

Die erzielten Verkaufserlöse der RP stammten im Jahr 2002 zu 54.3% aus Abos, zu 37.5% aus Inseraten und zu 8.2% aus sonstigen Verkäufen (z.B. ANNEX).

22% aller Stelleninserenten nutzen die ergänzende Möglichkeit, zusätzlich zur RP auch auf dem RP-Stellenmarkt-online auf www.ref.ch zu inserieren.

Anekdote: Ein Abonnent drohte die RP abzubestellen, wenn sein Leserbrief nicht veröffentlicht werde. Daraufhin drohte die RP, seinen Leserbrief nicht zu veröffentlichen, wenn er die RP abbestelle (sog. sich gegenseitig neutralisierende Drohpotentiale).

Gut ein Zehntel ihrer Abonentinnen und Abonnenten muss die Reformierte Presse Jahr für Jahr erneuern. Nur schon die Fluktuation bei kirchlichen Stellen und Ämtern und sonstige Abgänge auszugleichen, erfordert permanent grosse Anstrengungen im Verlagsmarketing. Ziel ist dennoch die allmähliche Steigerung der Auflage.

Das Wichtigste für eine Zeitung sind ihre Leserinnen und Leser. Die Abonnenten, die man schon hat, hält man am besten durch relevante Artikel bei der Stange. Das ist die Sache der Redaktion. Es gibt aber auch Abonnenten, die man (noch) nicht hat. Beispielsweise diejenigen, die gar nicht wissen, dass es diese Zeitung gibt. Damit keiner potentiellen Leserin und keinem zukünftigen Leser die Möglichkeit der Lektüre fahrlässig vorenthalten wird, gibt es das Verlagsmarketing.

Das Verlagsmarketing weiss (fast) alles. Die Anzahl der Abonnenten gestern, heute und in fünf Minuten. Die Mächtigkeit der Kernzielgruppen der Zeitung (sog. Marktgrösse). Die Anzahl der tatsächlichen Abonnenten in den einzelnen Zielgruppen (sog. Ausschöpfung). Die Abonnementsdauer in den einzelnen Abo-Kategorien (sog. Haltbarkeitsstatistik). Und noch einiges mehr, das ausser dem Verlagsmarketing keinen etwas angeht. Auf der Basis dieses Wissens versucht das Verlagsmarketing einerseits den regelmässigen und natürlichen Verlust an Abonnenten durch Abbestellung auszugleichen – Branchenjargon: «Jeder Abonnent ist ein potentieller Abbesteller» – und andererseits neue Zielgruppen zu entdecken.

Dabei gelingen selten so grosse Würfe, dass durch eine einzige Werbeaktion Hunderte neuer Abonnenten auf einmal vor der Tür stehen. Vielmehr muss durch systematisches Vorgehen und mit langem Atem jede noch so kleine Chance genutzt werden. Dann gewinnt man hier drei ehemalige Abonnenten aus dem Jahr 1997, da zwei Theologiestudenten und dort fünf frisch ordinierte Pfarrerinnen. Ah, gerade kommen noch zwei diakonische Mitarbeiterinnen als Probeabonnentinnen dazu. Prima. Jede und jeder zählt, ist wichtig und herzlich willkommen.

Für die Reformierte Presse führen wir pro Jahr rund zehn unterschiedliche Werbemassnahmen zur Abonentengewinnung durch. Das ist schon ein gewisser Aufwand. Damit können jährlich zwischen 450 und 600 neue Abonnenten geworben werden. Das hat in den letzten Jahren die Zahl der Abbesteller gerade ausgeglichen, so dass sich die verkaufte Auflage der Reformierten Presse gehalten hat. Die Auflage zu halten ist natürlich nicht der Ehrgeiz des Verlagsmarketings. Nein, wir wollen mehr Leser/innen und die Abonentenzahl wieder um 0,8 bis 1,2 Prozent steigern. – Sie selbst haben nicht zufällig Interesse an einem Probeabo?

Erik Senz ist Leiter Marketing der Reformierten Medien.

Kann Schönheit Sünde sein?

Design für kirchliche Produkte und Erscheinungsbilder

Frank Lorenz

Die Skepsis gegen den schönen Schein gilt als gut reformiert. Sie hat nicht nur Bilderstürmerei bewirkt, sondern in den Kirchen breite Spuren ästhetischer Trostlosigkeit und Unbedarftheit hinterlassen. Gegen diese schlechte Bescheidenheit besinnt man sich bei den Reformierten vermehrt auf die dem Inhalt dienende gute Form. Das Produktionszentrum Print und Bild ist neben den ursprünglichen Aufgaben der Zeitungsproduktion und Fotografie immer mehr mit Aufträgen für Konzeption und Design beschäftigt.

Grosse, dunkle Augen, ein milchweisser Teint und ein blutroter Mund. Die Diva Zarah Leander hauchte in den Filmen der vierziger Jahre die berühmte rauchige Frage in den Raum der Evergreens und unser aller Erinnerung: Kann denn Liebe Sünde sein? Das als Selbstverständlichkeit suggerierte Nein schillerte aufregend in der Zwielfichtigkeit des Vamps, der das sang. Schönheit, wie Zarah Leander sie verkörperte, wollte von dem frivolen Spiel mit der Sünde und dem Loken gegen die puritanische Moral nicht lassen. Die sündhafte Schönheit hatte die Faszination des Verbotenen, und diese Irritation zog auf alles Schöne den Verdacht des blossen Scheins.

Wir Reformierten sind imprägniert mit diesem Puritanismus. Er wirkt nach in einem gebrochenen Verhältnis etwa zu der Schönheit, die in der Sprache der Werbung und Gestaltung «Design» heisst. Traditionell misstrauen wir allem, was den Anschein macht, mehr darzustellen als zu sein. Reformierte setzen auf die Überzeugungskraft des Wortes, auf die Glaubwürdigkeit des Gesprochenen. Das Was der Kommunikation allein gilt uns als wichtig; sich mit dem Wie zu beschäftigen, ist schon fast anrühlich. Und was die Bilder betrifft: Als Nachgeborene der Bilderstürmer haben wir uns nie ganz gelöst von der grundlegenden Skepsis gegen deren unkontrollierbare Wirkung. Entsprechend unbedarft war manchmal das Erscheinungsbild der Reformierten. Ihre Absicht, Inhalte unverpackt an die Öffentlichkeit zu bringen, führte oft zu formlosen Verpackungen, deren diskreter Charme nur den Eingeweihten Bedeutung signalisieren konnte.

Das ist Vergangenheit. Es hat sich noch nicht alles, aber immerhin vieles geändert in den Kirchen. Wir bei den Reformierten Medien sehen dies mit Freude, beschert es uns doch geneigte, immer stärker an Design, an Lesefreundlichkeit, Klarheit, Übersichtlichkeit interessierte Kunden und damit vielfältige Aufgaben: von Produktion und Gestaltung der Wochenzeitung Reformierte Presse über die Auftragsprodukte diverser Kantonalkirchen und Kirchgemeinden bis hin zu Verlagsprospekten, Werbematerial für kleinere und grössere Events und Werbeaufträgen (Plakate, Flyer, Postkarten) für Kunden aus Öffentlichkeit und Privatwirtschaft. Dabei ist für uns immer eins klar: Der Inhalt bestimmt die Form. Wir gestalten Content und machen nicht die Erscheinung zum Selbstzweck. «Form follows function», die Form gestaltet sich nach dem Zweck des zu Gestaltenden. Dieser

«Wettbewerb ist das Hauptmerkmal der freien Marktwirtschaft. Und nicht nur der Wettbewerb auf dem Markt, sondern der ihm vorgelagerte Wettbewerb der Ideen, Erfindungen, Erneuerungen. Wenn Qualität die Voraussetzung für den Markterfolg ist, so ist heute zunehmend gutes Design die Voraussetzung für Qualität. Unser ästhetisches Empfinden, das Gespür für Form und Stil ist nicht nur Ausdruck unserer Wertvorstellungen, sondern ebenso Ausdruck unserer Bedürfnisse und Signal unserer Persönlichkeit. In der Öffentlichkeit ist viel erreicht, wenn kritische Distanz in kritische Anteilnahme überführt ist. Ab da ist es noch ein weiter Weg, bis Gewogenheit in Sympathie und Anteilnahme ins Vertrauen befördert ist. Erst dann steht man auf sicherem Grund.»

Kurt Weidemann: Wortarmut. Im Wettlauf mit der Nachdenklichkeit; Cantz Verlag, Stuttgart 1995, S. 46

Weidemann ist Dozent für Verbale und Visuelle Kommunikation und Schriftdesigner.

Kundenliste 2002/ 2003

Reformierte Presse

47 Ausgaben jährlich

Beilagen der Reformierten Presse:

ANNEX und Bücher extra,

ca. 10 Ausgaben

facultativ – Theologisches aus Zürich, 2 Ausgaben

konstruktiv – Theologisches aus Bern, 1 Ausgabe

HEKS Thema, 2 Ausgaben

SEK-Bulletin, 4 Ausgaben

OeKU, 1 Ausgabe

Kirchenzeitungen:

Kirche Z (Kanton Zug), 11 Ausgaben

Kirche A (Gemeinde Dietikon ZH), 11 Ausgaben

Kirchen News Nidwalden, 11 Ausgaben

Richterswiler Kirchenfenster, 11 Ausgaben

Reformiert GL, 11 Ausgaben

Kirchenfenster Binningen-Bottmingen, 4 Ausgaben

Zeitschriften:

G2W. Glaube in der 2. Welt, 11 Ausgaben

RL. Religion und Lebenskunde, 4 Ausgaben

Reformatio. Zeitschrift für Kultur, Politik, Religion, 4 Ausgaben

Buchproduktion:

Auf Zwinglis Spuren. Verlag Beer, Zürich 2002

Gestaltungsaufträge:

Theologischer Verlag Zürich TVZ: Prospekte und Schaufenster

Axpo AG, Zürich:

Inserate für Ökostrom

Reformierte Medien:

Prospekt, Schaufenster

Kirchen Nordwestschweiz:

Kommunikationskonzept Theologiestudium (vgl. S. 24)

Schweiz. Evang. Kirchenbund:

Redesign SEK-Bulletin

Universitätsspital Zürich:

Projekt Personalfest 2003

Ausspruch des Architekten Louis Henri Sullivan von 1896, ein zum Klassiker gewordenes Leitmotiv jeglicher Gestaltung, kann ohne weiteres auch als gut reformiertes Motto gelten. Kein frivoles Spiel mit glänzenden Oberflächen und schönem Schein soll die Dinge prägen, sondern nüchternes Ethos. So ist auch keines unserer Gestaltungskonzepte beliebig, manieristisch oder losgelöst vom Zweck. Wir dienen dem Inhalt – und damit den Adressatinnen und Medienkonsumenten.

Unsere Aufgabe ist es, den optimalen Mix aus bedrucktem und weissem Raum zu gestalten: Der bedruckte Raum besteht aus Buchstaben in Gestalt der Schriften oder Fonts, wie wir sagen, in all ihren «Schnitten» (fett, halbfett, kursiv etc.) und Illustrationen (Bildern, Fotos, Grafiken, Logos). Die Theologinnen und Theologen unter uns erinnert dies an die Predigt, deren Tonfall, Diktion und Wortwahl entscheidend ist dafür, wie eine Botschaft bei den Gemeindemitgliedern ankommt. Der Ton macht die Musik, die Sprache macht die Predigt, und das Design macht die Zeitung, das Gemeindeblatt, das Plakat oder das Werbemittel.

Das funktional Schöne funktioniert nur, wenn es wirklich schön ist. Womit wir wieder beim Anfang wären, bei der Faszination und der Verführung. Unsere Produkte drücken die Liebe zum Schönen aus, die Leidenschaft für die Gestalt des Wortes, die Sensibilität für den fotografierten Augenblick. Wir haben Freude daran, Kirchengemeinden, Kantonalkirchen, Hilfswerke und andere Kunden ins richtige Bild zu setzen. Das Produktionszentrum Print und Bild der Reformierten Medien steht mit seinen Fachfrauen und –männern für Marketing, Werbung, visuelle Gestaltung, Polygrafie, Grafik und Fotos bereits jetzt vielen Kunden zur Verfügung. Und wir werden unsere Leistungen weiter ausbauen.

Wann dürfen wir mit Ihnen über Ihre Vorstellungen und Wünsche reden? Bestimmt lassen Sie sich gern überzeugen, dass Schönheit keine Sünde und auch kein unbezahlbarer Luxus ist, sondern das Gebot der Stunde. In Zeiten überbordender Medienvielfalt wird Aufmerksamkeit zum knappen Gut. Da müssen Kirchen und Gemeinden sich mit modernen Erscheinungsbildern, einprägsamen Werbemitteln und gewinnenden Publikationen zeigen. Was auch immer Sie für eine gestalterische Aufgabe haben: Wir machen das.

Frank Lorenz ist Leiter Produktion bei den Reformierten Medien.

Liturgische Dramaturgie

Feinarbeit an der Qualität von Fernsehgottesdiensten

Martin Peier

Gottesdienste sind Inszenierungen, die Aussagen und Interaktionen in Raum und Zeit gestalten. Sie stützen sich auf überlieferte Inhalte und Ausdrucksformen. Bei den Teilnehmenden trifft das liturgische Drama auf vorgeprägte Erwartungen und Haltungen und wird dadurch in bestimmter Weise erlebt und verstanden. Die Abbildung dieses komplexen Vorgangs im Medium Fernsehen gelingt nur mit bewusster Umsetzung. Und diese wiederum befruchtet den normalen Gemeindegottesdienst. – Ein Blick in die Werkstatt des Radio- und Fernsehbeauftragten der Reformierten Medien.

Zwei Glocken läuten mit hellem Klang. Der Blick fällt auf den Dachreiter einer Kirche. Die Kamera fährt langsam darauf zu. Die Bilder stammen aus Thun-Strättligen, entnehme ich dem eingeblendeten Titel. Ich bin überrascht, dass hier noch von Hand geläutet wird. Zwei in warme Skijacken eingepackte Burschen ziehen an den Seilen. Die Glocken verklingen, und deren Rhythmus übernimmt ein Gong, der geschlagen wird von einem Musiker mit wilden Haaren. Er erinnert an einen witzigen Kobold. Eine Frau mit rückenfreiem blauem Kleid beginnt sich zu bewegen. Die Tänzerin nimmt die Klänge des Gongs auf und geht langsam zwischen den Leuten nach vorne. Sie setzt sich nieder und wird von einer Frau empfangen, die für sie betet, für Maria Magdalena, eine Frau aus dem Lukas-Evangelium.

Mit dieser Bildfolge begann im November 2002 ein Gottesdienst im Schweizer Fernsehen. Es war ein Versuch, die Zuschauenden in die Kirche zu geleiten und in die Atmosphäre der Feier zu führen. Dazu braucht es gezielte Bilder, eine heutige Sprache und den richtigen Ton. Die Menschen am Bildschirm sollen «ihren Platz» in diesem Gottesdienst finden können. Nur dann werden sie sich auf die Botschaft und das Thema einlassen.

Kirchgänger und Kirchgängerinnen sind in einer anderen Situation. Sie ziehen den Mantel an und begeben sich zur Kirche, nehmen den Geruch und Klang des Raums wahr, begrüßen einander, wechseln ein paar Worte mit dem Pfarrer oder der Pfarrerin und wählen den Platz, den sie besonders mögen. Sie sind angekommen am Ort der Besinnung.

Anders ist es für die Zuschauenden am Bildschirm. Oft verhalten sie sich wie Zaungäste. Sie beurteilen die Sendung etwa jede halbe Minute. Fühlen sie sich nicht angesprochen, so zappen sie weg, nicht einfach in Gedanken, sondern mit der Fernbedienung. Auch wer sich zum Bleiben entscheidet, wird dauernd abgelenkt. Der Wellensittich am Fenster pfeift auch während der Sendung, und der Geruch von Morgenkaffee verzieht sich erst nach der Predigt. In Spitälern und Heimen gibt es zuweilen Sehgemeinschaften, aber die meisten der rund 60'000 Zuschauerinnen und Zuschauer bleiben für sich, zu zweit oder – noch häufiger – allein. Kein Schwatz, keine freie Platzwahl;

Religion bei Radio DRS

RadiopredigerInnen 2002:

Renate Bosshard-Nepustil (Niederurnen GL)

Martina Müller (Safien GR)

Angela Roemer (Bern)

Marianne Vogel Kopp (Hondrich BE)

Frank Jehle (St. Gallen)

Herbert Kohler (Zürich)

Lukas Spinner (Meilen ZH)

Felix Wilhelm-Bantel (EMK, Winterthur)

Gottesdienstübertragungen 2002:

aus Kreuzlingen TG mit Pfrn. Andrea Stüven

Religion bei Fernsehen DRS

SprecherInnen Wort zum Sonntag

Anemone Eglin (bis Juni 2002)

Ralph Kunz (bis Juni 2002)

Luzia Sutter Rehmann (ab Juli 2002)

Niklaus Peter (ab Juli 2002)

Gottesdienstübertragungen 2002:

Königsfelden AG mit Pfrn. Marianne Reifers (17. Februar)

Ermatingen TG mit Pfr. Andreas Geister (31. März, Ostern)

Thun-Strättligen mit Pfr. Michael Dähler (17. November)

Basel mit Pfr. Bernhard Rothen (24. Dezember)

Wort zum Sonntag online

Auf einer speziellen Website haben die Reformierten Medien und der Katholische Mediendienst ein Diskussionsforum eingerichtet. Die jeweils zuletzt gesendete Ausgabe kann als Videostream abgerufen und betrachtet werden. Die Page bietet ausserdem Informationen über die Sprecherinnen und Sprecher und das Sendekonzept.

www.wort-zum-sonntag.ch

Radiopredigt online

Die Radiopredigten können in gedruckter Form abonniert werden und sind auch im Internet abzurufen. Auf der Website können aktuelle und ältere Predigten gelesen, aber nicht ausgedruckt werden. Wer die Predigten auf Papier wünscht, kann sie bestellen beim Kanisius-Verlag
Avenue Beauregard 3
Postfach 1052
1701 Freiburg

Die Publikation der Radiopredigten im Internet ist eine Dienstleistung der Reformierten Medien und des Katholischen Mediendienstes in Zusammenarbeit mit dem Verlag.

www.radiopredigt.ch

Vereinbarungen der Kirchen mit Radio und Fernsehen DRS

Am 22. November 2002 haben das Schweizer Fernsehen DRS und Schweizer Radio DRS mit den Medienstellen der evangelisch-reformierten Kirchen, der christkatholischen und der römisch-katholischen Kirche ihre Vereinbarungen zur Zusammenarbeit im Programmbereich Religion erneuert. Diese Vereinbarung umschreibt den Programmauftrag für religiöse Sendungen sowie das Verhältnis von SR DRS und SF DRS zu den Landeskirchen. Auf der Basis der Vereinbarungen regeln die Verantwortlichen beider Seiten ihre konkrete Zusammenarbeit bei Radiopredigten, beim Wort zum Sonntag und bei Gottesdienstübertragungen im Radio und Fernsehen. Das Regelwerk wurde von einer Arbeitsgruppe unter der Leitung von Erwin Koller ausgehandelt und formuliert. Von Seiten der Reformierten Medien war Urs Meier daran beteiligt. Unterzeichnet wurden die Papiere von SRG-Seite von den Direktoren Peter Schellenberg und Walter Rüegg, seitens der Reformierten Medien vom Präsidenten Markus Obmann-Lindt.

vielleicht noch eine Kerze, die man anzündet, die Bibel, die man hinlegt oder das Gesangbuch (eher das alte als das neue). Aber sonst haben sie wenig, womit sie sich einstimmen können. Das Fernsehen schafft Abstand zur feiernden Gemeinde.

Die Distanz zu verringern und für Momente gar aufzuheben, erfordert Denkarbeit. Durch das Verdichten der liturgischen Teile erhalten die Zuschauenden von der fehlenden Nähe etwas zurück, allerdings in anderer Form. An die Stelle von Beziehungen und direkten Erfahrungen treten intensivierter Ausdruck und abwechslungsreicher Ablauf.

Ein Beispiel aus der Feinarbeit an der erwähnten Gottesdienstübertragung soll dies verdeutlichen. Die Predigt zeichnet zu Beginn düstere Bilder. Vorher jedoch wird ein Bibeltext gelesen, der Zuversicht und Trost ausstrahlt. Verbunden sind die beiden Teile mit einem musikalischen Zwischenspiel. Es erfüllt im Ablauf die Funktion, das Motiv der Zuversicht zu übernehmen und dann hinzuführen zu den düsteren Bildern des Predigtanfangs. Das sind Gelenke im Gottesdienst. Sie führen die Teilnehmenden in der Kirche und zu Hause durch die Liturgie, mehr noch, sie bestimmen die «Dramaturgie» des Gottesdienstes. Die liturgischen Sequenzen stehen zu einander in Bezug, nehmen vorweg oder weisen zurück, öffnen neue Sichtweisen und führen am Schluss zum Kern der Verkündigung. Immer steht ein Teil im Zusammenhang mit anderen, auch wenn sie von verschiedener Form sind, immer wächst ein Teil aus Vorhergegangenen heraus und löst einen weiteren Schritt aus.

Liesse sich eine solche liturgische Dramaturgie auch auf normale Gottesdienste übertragen? Die bei Fernsehübertragungen mitwirkenden Pfarrerrinnen und Pfarrer sind dieser Meinung. Doch der Aufwand, einen Gottesdienst dramaturgisch durchzudenken und auszugestalten, ist enorm. Rund hundert Arbeitsstunden hat ein Gemeindepfarrer für den Gottesdienst am Fernsehen eingesetzt. Er meinte im Nachhinein, es habe sich gelohnt im Sinn einer kostenlosen Schulung für die Arbeit in der Gemeinde.

Es spricht nicht zuletzt auch für die Glaubwürdigkeit eines Gottesdienstes, wenn die Zuschauenden dran bleiben und weder physisch noch geistig wegschalten. Der Umstand, dass jeder Teil der Liturgie verknüpft ist nach vorne und nach hinten, bedeutet nicht nur einen ästhetischen Gewinn, sondern schafft auch inhaltliche Kohärenz. Jedes liturgische Element «sagt» etwas, macht sich verständlich, trägt musikalisch, sprachlich, gestisch, symbolisch oder bildlich seinen Teil zum Gehalt der Feier bei. Ich nenne dies «liturgische Dramaturgie». Sie ist ein wirksames Mittel zur Gestaltung von Gottesdiensten, und zwar im Fernsehen wie – in anderer Weise – am Radio und ganz besonders für jeden Sonntag in der Gemeinde.

Martin Peier ist Radio- und Fernsehbeauftragter der Reformierten Medien.

Filme sind mein Leben

Was mir als Theologe im Kino wichtig geworden ist

Hans Hodel

Seit fünfzig Jahren lässt die englische Filmzeitschrift «Sight&Sound» alle zehn Jahre über den besten Film aller Zeiten abstimmen. Letztes Jahr wählten sowohl die Filmkritiker wie die befragten Regisseure «Citizen Kane» von Orson Welles (1941), die Geschichte eines machtgierigen amerikanischen Zeitungsmoguls. Nach 16-jähriger Tätigkeit als Filmbeauftragter der Reformierten Medien und einige Monate vor seiner Pensionierung fragt sich Hans Hodel, ob es auch für ihn den besten Film gibt, und was ihn als Theologen bewegt, wenn er sein Leben mit dem Film Revue passieren lässt. – Einige persönliche Erinnerungen und Reflexionen.

I

Vor kurzem war ich als Mitglied einer ökumenischen Jury mit der Frage konfrontiert, welches Werk als bester europäischer Film des Jahres 2002 mit dem mit 10'000 Franken dotierten Templeton-Filmpreis ausgezeichnet werden soll. Nominiert waren alle Filme, die im letzten Jahr von einer kirchlichen Festivaljury ausgezeichnet oder von den kirchlichen Filmbeauftragten in der Schweiz und in Deutschland als «Film des Monats» bezeichnet worden sind. In die letzte Wahl gelangten schliesslich «Der Mann ohne Vergangenheit» von Aki Kaurismäki (Preis der Ökumenischen Jury Cannes und Film des Monats September), «Le fils» von Luc und Jean-Pierre Dardenne (Lobende Erwähnung der Ökumenischen Jury Cannes und Film des Monats Februar 2003), sowie «War Photographer» von Christian Frei (Film des Monats März und von der Schweiz für den Oscar 2002 nominiert als bester Dokumentarfilm). Alle drei Filme erfüllen die Ansprüche für eine Auszeichnung mit dem Templetonpreis in hohem Masse. Sie zeichnen sich durch eine besondere künstlerische Qualität aus. Sie geben einer menschlichen Haltung Ausdruck, die mit der biblischen Botschaft übereinstimmt, und sie regen das Publikum zur Auseinandersetzung mit spirituellen und sozialen Werten und Fragen an. Kurz: Sie entsprechen dem Ziel der Templeton-Stiftung, Bemühungen um Fortschritte im Bereich der Religion zu fördern. Nach mehrstündigen Erwägungen entschied sich die Jury für den finnischen Regisseur Aki Kaurismäki und seinen Film «Der Mann ohne Vergangenheit», der in der Schweiz ein grosser Kinoerfolg geworden ist. Tatsächlich zeugt der Film von einem tiefen Verständnis menschlicher Beziehungen und ihrer Nähe zu biblischen Themen wie Armut und Besitzgier, Selbstsucht und Selbsthingabe, Tod und Auferstehung. Kaurismäki erzählt die Geschichte gradlinig und mit feinem Humor. Nicht nur die von warmen Farben geprägte Bildsprache ist schlicht, auch der Dialog ist schnörkellos und knapp; kein Wort ist zufällig oder überflüssig (als ob Kaurismäki bei Kurt Marti studiert hätte). Entsprechend überzeugend kommen deshalb auch die biblischen Zitate an. Könnten Prediger da nicht etwas lernen?

Interfilm

Die kirchliche Filmorganisation Interfilm ist ein internationales Netzwerk, das kirchliche Fachstellen sowie interessierte Institutionen und Einzelpersonen verbindet, die im Bereich von Film und Theologie, bzw. Kirche und Kino tätig sind. Interfilm ist 1955 auf Initiative von Vertretern protestantischer Filmarbeit Deutschlands, Frankreichs, der Niederlande und der Schweiz gegründet worden und umfasst heute neben Vertretern protestantischer Filmarbeit aus weiteren Ländern auch anglikanische, orthodoxe und jüdische Fachleute. Interfilm arbeitet zusammen mit der World Association for Christian Communication (WACC) in London und der World Catholic Association for Communication (Signis) in Brüssel, sowie der Konferenz Europäischer Kirchen (KEK) in Genf, die Mitglied von Interfilm Europa ist.

Die Präsenz auf internationalen Filmfestivals durch eine eigene kirchliche Jury gehört seit 1963 zu den zentralen Aufgaben von Interfilm. Interfilm -Jury's gibt es heute am Max Ophüls-Filmfestival in Saarbrücken (seit 1985) und an den Nordischen Filmtagen in Lübeck (seit 1996). Im Rahmen ökumenischer Jurys ist Interfilm zusammen mit Signis vertreten in Locarno (seit 1973), Cannes (1974), Montréal (1979), Leipzig (1990), Berlin (1992), Karlovy Vary (1994), Mannheim-Heidelberg (1995), Cottbus (1999), Zlin (2000), Fribourg (2001) und Bratislava (2001).

www.inter-film.org

WACC

Die Reformierten Medien sind Kollektivmitglied der World Association for Christian Communication (WACC), einer ökumenischen Weltorganisation mit acht selbstständigen Regionalorganisationen (Afrika, Asien, Karibik, Europa, Lateinamerika, Mittlerer Osten, Nordamerika, Pazifik) und Sitz in London. Ziele der WACC sind

- Förderung partizipativer, an den Bedürfnissen der Menschen orientierter Kommunikation
- Schaffung einer Kommunikationskultur, die allen offen steht und die Würde der Menschen respektiert
- Demokratisierung der Massenmedien sowie deren Kritik, Reflexion, Entwicklung und Vernetzung
- Durchführung von Programmen zur Emanzipation von Menschen in der Kommunikation, vor allem zugunsten benachteiligter Gruppen.

Die WACC verfolgt ihre Ziele mit Schulung, Förderung von Projekten (tatkräftig unterstützt von «Brot für alle»), Publikationen, Studien, Mitwirkung in internationalen Organisationen wie Unesco etc.

WACC-Präsidentin ist Musimbi Kanyoro, Theologin aus Kenya und Generalsekretärin der World Young Woman's Christian Association YWCA. Generalsekretär von WACC ist Randy Naylor aus Kanada.

Präsidentin von WACC Europa ist die italienische TV-Journalistin und waldensische Theologin Gianna Urizio. Im Leitenden Ausschuss (Coordination Committee) sass von den Reformierten Medien Hans Hodel bis Februar 2002; die Schweiz ist dort weiterhin vertreten durch Daniel Wettstein (TSR).

www.wacc.org.uk

II

Für eine meiner ersten Predigten vor ziemlich genau vierzig Jahren habe ich das Thema «Wenn das Vollkommene kommt» (1. Kor. 13,8-12) gewählt. Ich weiss nicht mehr genau, wie ich zur Wahl dieses Textes, des paulinischen Hoheliedes auf die Liebe, gekommen bin. Auf jeden Fall ist es das Kino, das mich auf irgend eine Weise für dessen bisher kaum bewussten zweiten Teil sensibilisiert hat. Vom schwedischen Regisseur Ingmar Bergman war damals die Trilogie «Wie in einem Spiegel» (1961, Oscar Preisträger 1962), «Abendmahlsgäste» bzw. «Licht im Winter» (1962) und «Das Schweigen» (1963) zu sehen. Für Bergman stellte der Film «Wie in einem Spiegel» eine gewonnene Gewissheit dar: «Er setzt gegen die Zerstörung des Glaubens die Hoffnung der Liebe als Sinnbild Gottes», sagte er. Für mich war Bergmans Geschichte eine eindrückliche und hilfreiche Veranschaulichung der abstrakten paulinischen Theologie, und ich bezog mich gerne in meiner Predigt auf diesen Film.

III

«Der Weg zu mir ist oft eine Reise des Narziss durch die Trümmerswelt des Selbst und seiner Geschichte, investigativ, obsessiv, ein Ringen mit dem anderen deiner selbst», sagte Hans Norbert Janowski, damaliger Direktor des Gemeinschaftswerks der Evangelischen Publizistik, an der Berlinale 1994. In seinem Referat zum Thema «Der Umweg zu mir. Die Heimreise durchs Fremdbild» sagte er mit Bezug auf deutsche Filme: «Fassbinders Figuren, Edgar Reitz' Heimat-Saga zeigen diese Reise einer ganzen Generationskohorte, und selbst die Umkehrfigur der Obsession, Wim Wenders Engel Cassiel am Himmel über Berlin, ist kaum ein anderer als die gute Seite, das friedliche Janusgesicht deiner selbst – ein europäischer Grundstoff unseres Traums vom befreiten, erneuerten Ich.»

IV

Zu den Filmen, die mir besonders wichtig geworden sind, gehört «La nuit américaine» von François Truffaut (Frankreich 1972), dem Begründer eines Filmgenres, das als «Nouvelle vague» in die Filmgeschichte eingegangen ist. In der Medienkunde, die ich für die Fortbildungsklassen am Evangelischen Lehrer/innenseminar Muristalden-Bern entwickelt habe, gehörte er von Anfang ins Programm, und ich weiss nicht, wie oft ich ihn vorgeführt und angeschaut habe, ohne dass er mir je verleidet wäre. Im Nachruf auf Truffaut hat Bernhard Giger in Der Bund vom 23.10.1984 den Film charakterisiert als bis heute «eine der ehrlichsten Selbstdarstellungen des Kinos».

Kein Kinofilm ist so geeignet wie «La nuit américaine», hinter die Kamera und die Leinwand zu blicken und die Komplexität einer Filmproduktion zu erahnen. Dass sich Filmarbeit als Teamarbeit versteht und das Leben Teamfähigkeit erfordert, wenn es gelingen soll, war für mich als Theologen ein gewaltiges Lehrstück, aber auch für die Schüler/innen einsichtig. Und daneben lernten wir Truffaut kennen als einen Regisseur, der die Protagonisten seiner Geschichten liebte. Man spürte in seinen Filmen Zärtlichkeit, Menschenliebe und Sympathie, selbst wenn sie in distanzierter Form visualisiert war.

V

«Den Stummen eine Stimme geben» war anfangs der siebziger Jahre das Motto des brasilianischen Bischofs Dom Hélder Câmara. Der bernische Filmemacher Peter von Gunten hat dieses Motto nach seinem erfolgreichen Film «Bananera Libertad» (1971) aufgenommen und uns mit dem im Auftrag der Hilfswerke im Hochland der Anden gedrehten Film «El grito del pueblo/ Der Schrei des Volkes» (1977) gelehrt, wie es möglich ist, auf die Bedürfnisse der Armen zu hören und ihnen auf ihrem Weg zur Selbstbestimmung zu helfen, statt ihnen aus der Perspektive der satten Ersten Welt zu sagen, was sie tun sollten. Er hat damit auch einen wichtigen Beitrag zur Neuausrichtung des Dokumentarfilms geleistet.

VI

«Was würde Jesus dazu sagen?» (Deutschland 1985), das von Hannes Karnick und Wolfgang Richter als Reise durch ein protestantisches Leben gestaltete Porträt über Martin Niemöller, war einer der ersten langen Dokumentarfilme, für deren Anschaffung in den Film- und Videoverleih ZOOM ich mich fast bekenntnishaft eingesetzt und über den ich in der Filmzeitschrift ZOOM auch meine erste längere Besprechung publiziert habe (Nr.16/1987). Das Zitat, das als Filmtitel gewählt wurde, ist ein mit Glasperlen gestickter Spruch an der weissgekalkten Wand in der Webstube des elterlichen Heimes. Es hatte auf den kleinen Niemöller Eindruck gemacht und ist zum Leitmotiv seines Lebens und Handelns geworden. «Wenn man sich daran hält, dann ist man keinem genehm», stellt er am Ende des Films trocken und ohne Bitterkeit fest. Niemöller, der eine der bedeutendsten Persönlichkeiten des kirchlichen Widerstandes gegen Hitler war, hat nach Ende des Krieges viel Unverständnis, Widerspruch und Ablehnung erfahren. Dass wir den Film im September 1989 im Rahmen der Berner Umwelttage und dann auch im Filmpodium Zürich im Rahmen eines umfangreichen Sonderprogramms öffentlich vorführen konnten, war für mich eine echte Genugtuung. Genauso bleibe ich enttäuscht, dass ausgerechnet dieser kirchengeschichtlich bedeutende Film im Verleih ZOOM ein Flop war. Jetzt bringt ihn die Matthias-Film Stuttgart auf DVD noch einmal auf den Markt. Es ist also nicht zu spät, den Film doch noch zu entdecken.

VII

1988 war im Wettbewerb der Internationalen Filmfestspiele in Berlin der russische Film «Die Kommissarin» von Aleksandr Askoldov programmiert, eine seit 1967 verbotene und verschollene Produktion, die erst im Rahmen von Perestrojka und Glasnost wieder an die Öffentlichkeit kam und die Besucher der Berlinale stark bewegte. Der Film wurde von der offiziellen Jury mit dem Silbernen Bären ausgezeichnet, und erhielt auch den Preis der Filmkritiker (Fipresci) und der Internationalen Katholischen Filmorganisation OCIC. Besonders berührt haben muss Askoldov aber die Auszeichnung durch INTERFILM. Als ihm unser Jurypräsident die entsprechende Mitteilung überbrachte und erklärte, begann er zu weinen. Die Freundschaft, die sich seither entwickelt hat, besteht noch heute. Askoldov ist Ehrenmitglied von INTERFILM geworden und hat sich in unserer Juryarbeit engagiert. Wann immer wir uns treffen, gibt es zwischen ihm, seiner Frau

Film des Monats

Januar 2002

Promises

B.Z. Goldberg, USA/ Palästina/
Israel 2001

Februar 2002

Italian for Beginners

Lone Scherfig, Dänemark 2000

März 2002

War Photographer

Christian Frei, Schweiz 2001

April 2002

Elling

Petter Naess, Norwegen 2000

Mai 2002

In the Bedroom

Todd Field, USA 2001

Juni 2002

Heaven

Tom Tykwer, F/ D/ USA 2001

Juli 2002

Bully

Larry Clark, USA 2001

August 2002

Hable con ella

Pedro Almodóvar, Spanien 2002

September 2002

The Man Without a Past

Aki Kaurismäki, Finnland/ D/ F
2002

Oktober 2002

The Pianist

Roman Polanski, F/ D/ PL/ GB
2002

November 2002

SeelenSchatten

Dieter Gränicher, Schweiz 2002

Dezember 2002

Elisabeth Kübler-Ross. Dem Tod
ins Gesicht sehen

Stefan Haupt, Schweiz 2002

Die Tipps können per Mailinglist
abonniert werden bei
[http://www.kath.ch/mediendienst/
filmdesmonats_film_nhn](http://www.kath.ch/mediendienst/filmdesmonats_film_nhn)

Svetlana und mir eine herzliche Umarmung. 1995 war «Die Kommissarin» im Programm von insgesamt sechzehn ausgewählten ökumenischen Preisträgern vertreten, die wir unter dem Motto «Filme wie Flügel» anlässlich des Jubiläums «100 Jahre Film» im Kino Movie Bern und im Filmpodium Zürich zeigen konnten.

1989 machte uns das Berliner Wettbewerbsprogramm ratlos. Wir bereiteten uns schon auf die schwierige Entscheidung vor, keinen Preis vergeben zu können. Aber noch hatten wir den letzten Film nicht gesehen. Es war «Resurrected» (wieder ein so biblisch gefüllter Titel!), eine britisch-argentinische Antikriegsgeschichte im Zusammenhang mit dem Falklandkrieg. Damals schrieb Volker Baer im Tagesspiegel: «Dass der britische Film „Auferstanden“ von Paul Greengass, eine unerbittliche Anklage gegen Krieg und Militarismus, von der internationalen Jury übersehen wurde, muss man bedauern; dass er unisono von den Preisrichtergremien beider Kirchen hervorgehoben wurde, muss man wiederum dankbar begrüßen.»

1995 zeichneten wir in Berlin den Film einer Regisseurin aus Hongkong mit dem wunderbaren Titel «Sommerschnee» aus, in dessen Mittelpunkt drei Generationen stehen, die mit dem Problem des Alterns und der Alzheimer Krankheit konfrontiert werden. Mit einer eindrücklichen ästhetischen Sensibilität zeigt der Film Möglichkeiten der Liebe und der gegenseitigen Verständigung; dabei schenkt er eine besondere Aufmerksamkeit dem grossartigen Verhalten der jungen Mutter, welche die Hauptlast der Familie zu tragen hat. Ich bedaure noch immer, dass dieser Film nie den Weg in unsere Kinos gefunden hat.

Aber überraschender Mittelpunkt aller Diskussionen in der Jury war ein Film ausser Konkurrenz. Ich vergesse den Moment nicht, als mich Henk Hoekstra, der inzwischen leider verstorbene damalige Präsident von OCIC und Präsident der Ökumenischen Jury, darauf aufmerksam machte, im Programm des Panoramas werde um Mitternacht, fast klammheimlich, «Priest» von Antonia Bird gezeigt. Hoekstra wollte kein öffentliches Votum der katholischen Jurymitglieder ohne Zustimmung des protestantischen Partners. Dieser Respekt berührte mich ebenso stark wie die anschliessende positive Stellungnahme. Zu diesem Film, der die Geschichte eines homosexuellen katholischen Priesters erzählt, schrieb nachher der katholische Filmdienst: «Viele positive christliche Themen und Werte sind in diesem Film angesprochen: Die Suche nach Gott, die Verbundenheit mit der Glaubensgemeinschaft, das Gebet, die Eucharistie, Solidarität, Vergebung, Versöhnung. Die lebhaftige Resonanz des grossen Publikums bei der Vorführung des Films und der Pressekonferenz danach haben gezeigt, dass es ein deutliches Interesse und ein Bedürfnis nach einer Dramatisierung dieser religiösen Werte gibt.»

VIII

Die Zusammenarbeit mit den Hilfswerken KEM (bis zu ihrer Auflösung), HEKS und «Brot für alle», die sich bezüglich Filmarbeit in der Fachstelle «Filme für eine Welt» in Bern engagieren, gehört zu den besonders schönen Erinnerungen meiner Zeit als Filmbeauftragter der Reformierten Medien. Einer der Höhepunkte dieser Zusammenarbeit ist ohne Zweifel die gemeinsame Lancierung des Films «Leben

I have a dream

Seit 1988 laden der Präsident des Internationalen Filmfestivals Locarno und die Filmbeauftragten der kirchlichen Mediendienste im Rahmen ihres Ökumenischen Empfangs zur Begegnung mit Vertretern der Tessiner Kirchen, der Presse und der Filmbranche ein. Sie stellen bei dem Anlass jeweils die Ökumenische Jury vor. Unter den etwa hundert Gästen befinden sich stets auch Vertreter jener Festivals, bei denen die kirchlichen Filmorganisationen mit einer Jury akkreditiert sind. Als 2001 wieder einmal Lia van Leer, Direktorin des Internationalen Filmfestivals von Jerusalem, zugegen war (begleitet von B. Z. Goldberg, dem Regisseur von «Promises»), hatte ich Gelegenheit, öffentlich von jenem Traum zu sprechen, den ich ihr schon früher einmal anvertraut hatte: Es wäre schön, einmal mit einer wirklich ökumenischen Jury, bestehend aus Juden, Christen und Muslimen, in Jerusalem präsent zu sein. «Es ist immer schön, zu träumen», sagte sie schmunzelnd, wohl wissend, dass es für die kirchlichen Filmorganisationen nicht einfach ist, jüdische und muslimische Film-, bzw. Kulturorganisationen zu finden, die an der Realisierung dieses Traumes mitwirken können. Trotzdem: Am letztjährigen Empfang in Locarno hat uns ein Vertreter des Internationalen Filmfestivals Moskau erklärt, dass für sie in Zukunft nur noch eine interreligiöse Jury mit Muslimen, Juden, Orthodoxen, Katholiken und Protestanten in Frage komme. Vielleicht wird der Traum eines Tages wahr.

und Sterben in Sarajevo» von Radovan Tadic (Frankreich 1993), der 1993 am Internationalen Leipziger Festival für Dokumentar- und Animationsfilm nicht nur den ersten Preis der Internationalen Jury, sondern neben anderen auch denjenigen der Ökumenischen Jury erhalten hat «für einen tief berührenden Film über den furchtbaren Alltag des Krieges, den Irrsinn und die Kraft des Lebens». Dass er an den Solothurner Filmtagen 1994 im Rahmen eines Sonderprogramms zum Gedenken an die Vorgänge in Bosnien (Bundesrätin Ruth Dreifuss war anwesend) und dann mit Unterstützung der Presse auch in den Schweizer Kinos gezeigt werden konnte, war die Frucht einer spontanen gemeinsamen Aktion, die so unvergesslich bleibt wie der Film selbst, den der Tages-Anzeiger als «Film wider das Abstumpfen» bezeichnete.

IX

Je länger ich an diesem Text schreibe, um so klarer wird mir, dass es für mich zwar viele wichtige, anregende und auch lehrreiche Filme, aber (noch) nicht den besten Film gibt. Ich denke an das grossartige Erlebnis auf der Piazza Grande in Locarno mit dem meditativen südkoreanischen Film «Warum Bodhi-Dharma in den Orient ging» (1989) und an die Filme von Andrej Tarkovskij und Krzysztof Kieslowski. Ich denke an die offene Frage nach dem besten Jesusfilm, die ich lapidar mit dem Hinweis auf «Keine Zeit für Wunder» von Luigi Comencini (Italien 1982) beantworte – ein Film, der ausser der Fernsehausstrahlung nur vom Film- und Videoverleih ZOOM angeboten wurde. Daneben aber würde ich gerne weiter nachdenken über «Teorema» von Pier Paolo Pasolini (Italien 1968) oder «Ein Zug nach Manhattan» von Rolf von Sydow (Deutschland 1981). In diesen Filmen wird von Gott und Jesus inkognito erzählt.

Hans Hodel ist Filmbeauftragter der Reformierten Medien.

Trends bei Bildungsmedien

Bedürfnisse, Themen, Techniken

Hans Hodel

Der Medienladen als ökumenisches Dienstleistungs- und Kompetenzzentrum für Audiovision und Beratung verzeichnete in seinem zweiten vollen Betriebsjahr ein weiter zunehmendes Interesse der Kundschaft. Gefragt ist fachkundige Beratung. Die Online-Angebote werden immer mehr genutzt. Nur zögernd breitet sich im Bildungsbereich die Verwendung von DVD aus.

Kirchliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter lassen sich für den Unterricht gerne im Medienladen beraten. Die Zahl der Kunden, die sich dort persönlich umschaue und Materialien auf ihre Eignung prüfen, hat zugenommen. Auch wird die Möglichkeit der Beratung via E-mail

Produktionen in Arbeit (2002)

Un ange passe...

Die Diareihe mit 24 Farbdias von Gion Pfander und den in den offiziellen Flyern publizierten Texten dokumentieren das gelungene und stark beachtete Expo-Projekt «Sieben Räume des Glaubens» des Vereins ESE.02 am Murtensee. Es gab Anlass zu Gesprächen über Kunst und Theologie und vermittelt auch nach der Expo wertvolle Impulse. Interessant ist, dass fast ebenso viele Folienmappen wie Diareihen verlangt worden sind.

«Zukunftsbilder»

Die Reihe der in der Bildungsarbeit stark genutzten Fotomappen «inhalten» (vergriffen), «weitergehen», «sich begegnen», «Gefühle zeigen», «Kontraste leben» und «sich versöhnen» ist ergänzt worden mit einer weiteren Mappe von 50 schwarzweissen Fotos im Format A4 zum Thema «Zukunftsbilder». Die Auslieferung erfolgt im Frühling 2003.

«Mit uns wirst du happy»

So lautet der Titel eines Medienprojekts, das mit dem Arbeitstitel «Sekten – was wir darüber wissen» auf Anregung der Dipromedien AG vor zwei Jahren zusammen mit dem Katholischen Mediendienst in Angriff genommen worden ist. Es umfasst einen Kurzspielfilm von 30 Minuten, einen Dokumentarfilm von 20 Minuten, eine Begleitbroschüre von ca. 40 Seiten für den Unterricht und einen Internet-Auftritt. Das Paket wird im Unterricht zum Thema Sekten wertvolle Dienste leisten. Nachdem die schwierige Finanzierung die termingerechte Realisierung verzögert hat, steht der Abschluss des Projekts unmittelbar bevor (Stand März 2003). Eine französische und eine hochdeutsche Fassung des Kurzspielfilms für die Nutzung in der Westschweiz und in Deutschland werden zur Zeit anrückt

Statistik des Medienladens 2002

Verleihvorgänge

Gesamtzahl 2002	6'651
Vorjahr	5'486

Verkäufe

Gesamtzahl 2002	2'846
Vorjahr	2'484

Telefonische Kundenkontakte

Gesamtzahl 2002	6'283
Vorjahr	6'118

Beratungen

Kontakte im Medienladen	1'654
Vorjahr	1'530

Telefonische Beratungen	516
Beratungen vor Ort	30

Website Anwendersitzungen

Gesamtzahl 2002	24'050
-----------------	--------

(wegen Umstellung des Auswertungsmodus kein direkter Vorjahresvergleich möglich)

LCD-Projektoren

Ausleihen 2002	42
Vorjahr	26

Produktion Materialien 2002

2 Diareihen, total Expl.	400
2 Foliensets, total Expl.	100
5 Videolizenzen, total Expl.	170

www.medienladen.ch

vermehrt benützt. Entsprechend ist auch eine deutliche Zunahme der Reservationen im Internet festzustellen, so dass sich die entsprechenden Investitionen gelohnt haben. Als weiterer Ausbauschritt wird mit einem ausgewählten Kundenkreis zur Zeit der Wechsel zum automatischen Online-Reservationssystem getestet.

Nach dem Motto «Ich mach mal was anderes» ist bei der Auswahl der Medien eine wachsende Bereitschaft festzustellen, mit noch unbekanntem Material zu arbeiten. Dabei nimmt der Einsatz von Filmen auf Video spürbar zu. Allerdings: Speziell in der Weihnachtszeit wird der Verwendung von stehenden Bildern (Dia, Folie) gegenüber Filmen deutlich der Vorzug gegeben. Der Produktion von Diareihen muss deshalb weiterhin Beachtung geschenkt werden. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang auch die unvermindert starke Nachfrage für die Mappen in der Reihe «Fotosprache», die mit einem weiteren Titel ergänzt wird.

Besonders entwickelt hat sich nicht zuletzt auch als Folge des erweiterten Programmangebots und einer entsprechenden Marketingstrategie der Verkauf von Spielfilmen auf Video für die private bzw. schulische Nutzung im Niedrigpreisbereich. Regelmässige Verkaufsaaktionen stossen bei Einzelabnehmern mittlerweile auf ein grösseres Interesse als bei Verleihstellen. Der Trend zur unterrichtlichen Nutzung von DVD verstärkt sich nur zögernd. Das hat mit den weitgehend noch fehlenden Abspielmöglichkeiten, aber auch mit dem relativ hohen Verkaufspreis zu tun. Vor allem die von Matthias-Film Stuttgart mit grossem finanziellen Aufwand entwickelte «DVD educativ» setzt sich bei uns noch nicht erfolgreich genug ab, während die preislich günstiger angebotene «Didaktische DVD» von FWU München etwas besser verkauft wird.

Nicht nur die Zusammenarbeit mit diversen Institutionen speziell im Raum Zürich (H 50, Centrum 66) wurde intensiviert, sondern auch die Kontakte zu den Verleihstellen (für die spezielle Medienbörsen organisiert werden) sowie Schulen, Bibliotheken, Buchhandlungen (via elektronische Mailings). Für fünf Besuchsgruppen gab es Führungen im Medienladen. Zudem war der Medienladen mit zahlreichen auswärtigen Visionierungs-, Kurs- und Vortragsveranstaltungen beschäftigt.

Hans Hodel ist als Filmbeauftragter der Bereichsleiter Film und Bildung bei den Reformierten Medien und Vorstandsmitglied der Ökumenischen Mediengruppe.

Tippen und heften

Medien gezielt nutzen und Hintergründe durchschauen

Judith Arnold

Die beiden Online-Magazine Medientipp und Medienheft, die zusammen mit dem Medienladen die Produktfamilie der Ökumenischen Mediengruppe bilden, erfreuten sich im Jahr 2002 wachsender Beliebtheit. Sowohl die Abonnentenzahlen der Newsletters als auch die Besucherzahlen auf den Websites sind kontinuierlich gestiegen. Auch der Pressedienst für Kirchenboten und Pfarrblätter mit einer Gesamtreichweite von über 1,1 Mio. Auflage stiess auf zunehmende Resonanz.

Der Medientipp (www.medientipp.ch) ist die allgemein zugängliche und speziell aufbereitete Ausgabe des Pressedienstes. Er bietet für interessierte Privatpersonen wöchentlich Hinweise zum Radio- und Fernsehprogramm. Hervorgehoben werden Sendungen zu religiösen und kulturellen sowie gesellschaftspolitisch relevanten Themen. Insbesondere Lehrpersonen schätzen die Empfehlungen für Sendungen, die sich zum Aufzeichnen lohnen. Damit ist der Medientipp ein wertvoller Leitfaden für das religiös und kulturell interessierte Publikum, das Radio und Fernsehen selektiv zu nutzen wünscht. Auch Kinogänger werden mit aktuellen Informationen versorgt: Charles Martig, Filmpublizist und Geschäftsführer des Katholischen Mediendienstes, sowie Hans Hodel, Filmbeauftragter der Reformierten Medien, weisen regelmässig auf Filme mit Tiefgang hin.

Das Medienheft (www.medienheft.ch) mit seiner vierzehntäglichen Erscheinungsweise war auch im Jahr 2002 ein Umschlagplatz für Hintergrundwissen und Debatten. Medienpolitischer Brennpunkt war die Diskussion um die Pressekonzentration und das Für und Wider der direkten Presseförderung. Ebenfalls laufend kommentiert wurde die Revision des Radio- und Fernsehgesetzes. Beiträge aus dem Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung Zürich ergänzten die Debatte zur Regulierung des Rundfunks. Einen weiteren Schwerpunkt bildeten kritische Beiträge zum aktuellen Mediengeschehen sowie die Diskussion zur Begründung der Medienethik. Mit dem Dossier über die Inszenierung des Religiösen hat das Medienheft im ereignisreichen Jahr der Expo.02 das Event-Management der Kirchen gewürdigt und das Sozialmarketing kirchlicher Organisationen in den Fokus genommen.

Einen Quantensprung erlebte die Website des Medienhefts mit der Erstellung des Archivs, womit nun sämtliche Ausgaben der Vorgängerpublikation «ZOOM Kommunikation und Medien» online verfügbar sind. Die Bestände an Fachtexten sind um 121 auf insgesamt 233 Artikel angewachsen. Der Ertrag der politischen und ethischen Reflexion des Medienhefts seit seinen Anfängen 1993 ist dokumentiert und leicht zugänglich.

Judith Arnold ist geschäftsführende Redaktorin für Medientipp und Medienheft.

Statistik Medientipp

Im Januar 2003 wurden monatlich 4'420 Anwendersitzungen (Vorjahr: 3'510/ Mt.) von 3'533 verschiedenen Besucherinnen gezählt.

Die Mailingliste zählte 354 Abonnenten (Stand Januar 2003; Vorjahr: 295), und der Pressedienst mit Abdruckrecht war von 15 Zeitungen abonniert, davon 10 katholische und 5 reformierte.

www.medientipp.ch

Statistik Medienheft

Die Zehntausendergrenze wurde erstmals überschritten im Januar 2003: Monatlich 10'286 Anwendersitzungen (im Vorjahr: 6'546/ Mt.) von 8'368 verschiedenen Besuchern konnten registriert werden.

Die Mailingliste des Medienhefts wuchs von 164 Abos im Januar 2002 auf 281 im Januar 2003 an, und die Printausgabe der Dossiers abonnierten unverändert 56 Personen und Institutionen.

2002 veröffentlichte das Medienheft 18 Beiträge unter der Rubrik «Kritik», 8 Artikel zu «Politik», 2 Einträge unter «Literatur» und 2 Dossiers mit je 7 Beiträgen.

Dossier 17, Januar 2002:
Städtische Öffentlichkeiten

Dossier 18, Oktober 2002:
Inszenierungen des Religiösen.

Ende 2002 standen auf der Website insgesamt 209 Artikel mit total 1'267 Seiten zur Verfügung, davon entfallen auf das Archiv der Vorgängerpublikation «ZOOM Kommunikation und Medien» 121 Artikel mit 747 Seiten.

www.medienheft.ch

Beratung für Kommunikation

Inputs, Weiterbildung, Trainings und Grossaufträge

Urs Meier

Weiterbildungstagung

An der «Strategietagung» der Reformierten Medien vom 8. November 2002 ging es um das Thema «Interne Kommunikation». Verantwortliche der Zürcher Kantonalbank und von Greenpeace Schweiz sowie kirchliche Informationsbeauftragte stellten Konzepte und Arbeitsweisen vor. Die Reformierten Medien präsentierten praktische Dienstleistungen und einen Rahmen zur Einordnung und Strukturierung der Aufgaben.

VIP-Training

Der Radio- und Fernsehbeauftragte Martin Peier führte im Juni 2002 mit exponierten Kirchenvertretern ein Medientraining durch. Unterstützt von Experten übte er mit den kirchlichen VIPs Interviews und Statements vor Kamera und Mikrofon. Das Training vermittelte Tipps und Verhaltensregeln für Medienkontakte und Öffentlichkeitsarbeit. Für wichtige Medienauftritte und heikle Situationen bietet Martin Peier Einzel-Coachings an.

Medienpolitik: Presseförderung

Ende März 2002 plante der Bundesrat die Streichung der Posttarifermässigung für alle nicht mindestens wöchentlich erscheinenden Zeitungen. Für die Kirchenboten wäre dies existenzbedrohend gewesen. Die Reformierten Medien erarbeiten die ablehnende Vernehmlassungsantwort der Kirchen. Der Bundesrat zog das Vorhaben zurück. Ende Oktober ging der Vorschlag zur Schaffung einer Verfassungsgrundlage für die Presseförderung in die Vernehmlassung. Auch hier waren die Reformierten Medien federführend für die kirchlichen Antworten. Die wiederum ablehnenden Stellungnahmen zu dem unausgereiften Vorstoss wurden Ende Januar 2003 eingereicht.

Das Element der Beratung spielt in allen Tätigkeiten der Reformierten Medien mit. Im Medienladen und in der Mitarbeit bei Radio und Fernsehen, bei Internetdienstleistungen und in der Gestaltung von Printprodukten, im Einzel-Coaching und an Weiterbildungstagungen erhalten Kunden und Partner fachlichen Support. Hinzu kommen die Mitwirkung bei Konzept- und Strategieplanungen und die Entwicklung und Ausführung komplexer Kommunikationsaufträge. – Zwei Beispiele.

Beispiel 1: Theologiestudium. Die Zahl der Studierenden an den deutschschweizerischen Theologischen Fakultäten geht zurück, die Position der Theologie an den Universitäten wird tendenziell geschwächt, und den Kirchen droht ein gravierender Mangel an Pfarrpersonen. Im Sommer 2001 begann eine Arbeitsgruppe der Nordwestschweizer Kirchen und der Basler Theologischen Fakultät das Problem zu studieren und Ideen für Massnahmen zu entwickeln. Im Juni 2002 wandte sich die Arbeitsgruppe an die Reformierten Medien und gab ihnen den Auftrag, die isolierten Massnahmen mit einem auf drei Jahre angelegten Kommunikationskonzept zu stützen und zu ergänzen. In der Folge entwickelten die Reformierten Medien ein bausteinartiges Massnahmenpaket mit verschiedenen Ablaufvarianten, das zudem offen ist für eine Ausweitung der Aktion auf die gesamte Deutschschweiz. Die Reformierten Medien übernehmen in der Durchführung die Rolle der koordinierenden Kommunikationsagentur und leisten zusätzliche Dienste bei der Planung und Gestaltung einer Website, für das Erscheinungsbild (Corporate Design), bei der inhaltlichen Gestaltung von Informationsmaterial und weiteren Aufgaben.

Beispiel 2: Reformierte Landeskirche Zürich. Die Zürcher Landeskirche befindet sich in der Anfangsphase eines anspruchsvollen Strukturwandels, der mit der Neuordnung der Beziehungen zwischen Kirchen und Staat zusammenhängt («Reform 06»). Dieser Prozess stellt höchste Anforderungen an die interne und externe Kommunikation. Aus diesem Anlass hat der Informationsdienst der Zürcher Kirche im Auftrag des Kirchenrats die Ziele, Zusammenhänge, Zielgruppen, Aufgaben, Akteure, Verantwortlichkeiten, Kanäle und Ressourcen der kirchlichen Kommunikation umfassend aufgearbeitet und in einem Kommunikationskonzept festgehalten. In der dafür eingesetzten Arbeitsgruppe wirkte der Geschäftsführer der Reformierten Medien als externer Fachmann mit. Die Gruppe stützte sich unter anderem auf Vorarbeiten der Reformierten Medien zur reformierten Corporate Identity und auf eine von ihnen veranstaltete Fachtagung über Interne Kommunikation (vgl. nebenstehende Spalte). Die Arbeitsgruppe lieferte ein gelungenes Beispiel von gegenseitigem Wissens- und Erfahrungsaustausch unter kirchlichen Fachleuten.

Urs Meier ist als Geschäftsführer der Reformierten Medien u.a. zuständig für den Bereich externe Dienste.

Vollkostenrechnung

Transparenz und Steuerbarkeit mit Objektrechnungen

Robert Zaugg

Die Restrukturierung des Unternehmens erforderte eine totale Erneuerung von Rechnungswesen und Finanzcontrolling. Hinter dem Stichwort Vollkostenrechnung steckt vor allem auch ein neues Denken, das von sämtlichen Mitarbeitenden eine Umstellung verlangt.

Mit dem Umbau der Reformierten Medien von einer in drei Fachresorts gegliederten Organisation zu einer Projektorganisation mit 26 Einheiten musste eine Anpassung der Betriebsbuchhaltung einhergehen. Für das neue Rechnungsmodell wegweisend war der Grundsatzentscheid, die gesamten anfallenden Kosten möglichst verursachungsgerecht jenen 16 Projekten zuzuweisen, die direkt Dienstleistungen für die Mitgliedkirchen oder für Dritte erbringen.

Für die Einführung der Vollkostenrechnung musste die vorhandene Datenbasis über die betrieblichen Vorgänge verbessert werden. Insbesondere war erforderlich, die geleisteten produktiven Arbeitsstunden den entsprechenden Projekten zuzuordnen. Seit dem 1. Oktober 2002 erfassen die Mitarbeitenden ihre Arbeitszeiten entsprechend diesen Anforderungen. Damit ist die wesentlichste Voraussetzung für die Schaffung von Kostentransparenz auf Projektebene erfüllt.

Je nach wirtschaftlicher Zielvorgabe, d.h. je nach Verhältnis zwischen Kosten und generierten Erträgen, werden die Projekte in fünf Kategorien eingeteilt: Unsere Dienstleistungen sind entweder meritorisch, subventioniert, selbsttragend, gewinnbringend oder allenfalls kommerziell. Bei den meritorischen Dienstleistungen erfolgt die Finanzierung praktisch vollständig aus den Mitgliederbeiträgen der Landeskirchen. Als Beispiel sei die redaktionelle Betreuung von religiösen Sendungen von Radio und Fernsehen DRS genannt. Unter die Kategorie der subventionierten, d.h. teilweise durch Mitgliederbeiträge finanzierten Dienstleistungen fällt die Herausgabe der Reformierten Presse. Um eine Dienstleistung mit kommerziellem Charakter handelt es sich beispielsweise, wenn nichtkirchlichen Kunden Nutzungsrechte an Fotos der Agentur rebild verkauft werden. Als Faustregel für die wirtschaftliche Zielvorgabe eines Projekts gilt: Je grösser der Nutzen für die Kirche als Ganze ist, um so grösser soll der Anteil der Finanzierung aus Mitgliederbeiträgen sein; je partikulärer der Nutzen einer Dienstleistung ist, desto mehr soll der Leistungsempfänger direkt zur Finanzierung beitragen.

Der gute Verlauf des Reorganisationsprozesses lässt erwarten, dass das neue Rechnungsmodell die nötige Akzeptanz findet. Im Herbst 2003 werden die Erfahrungen aus der ersten Jahreshälfte 2003 evaluiert und die nötigen Anpassungen vorgenommen, damit das Rechnungswesen seiner Funktion als differenziertes Steuerungsinstrument gerecht wird.

Robert Zaugg ist Leiter Finanzen der Reformierten Medien.

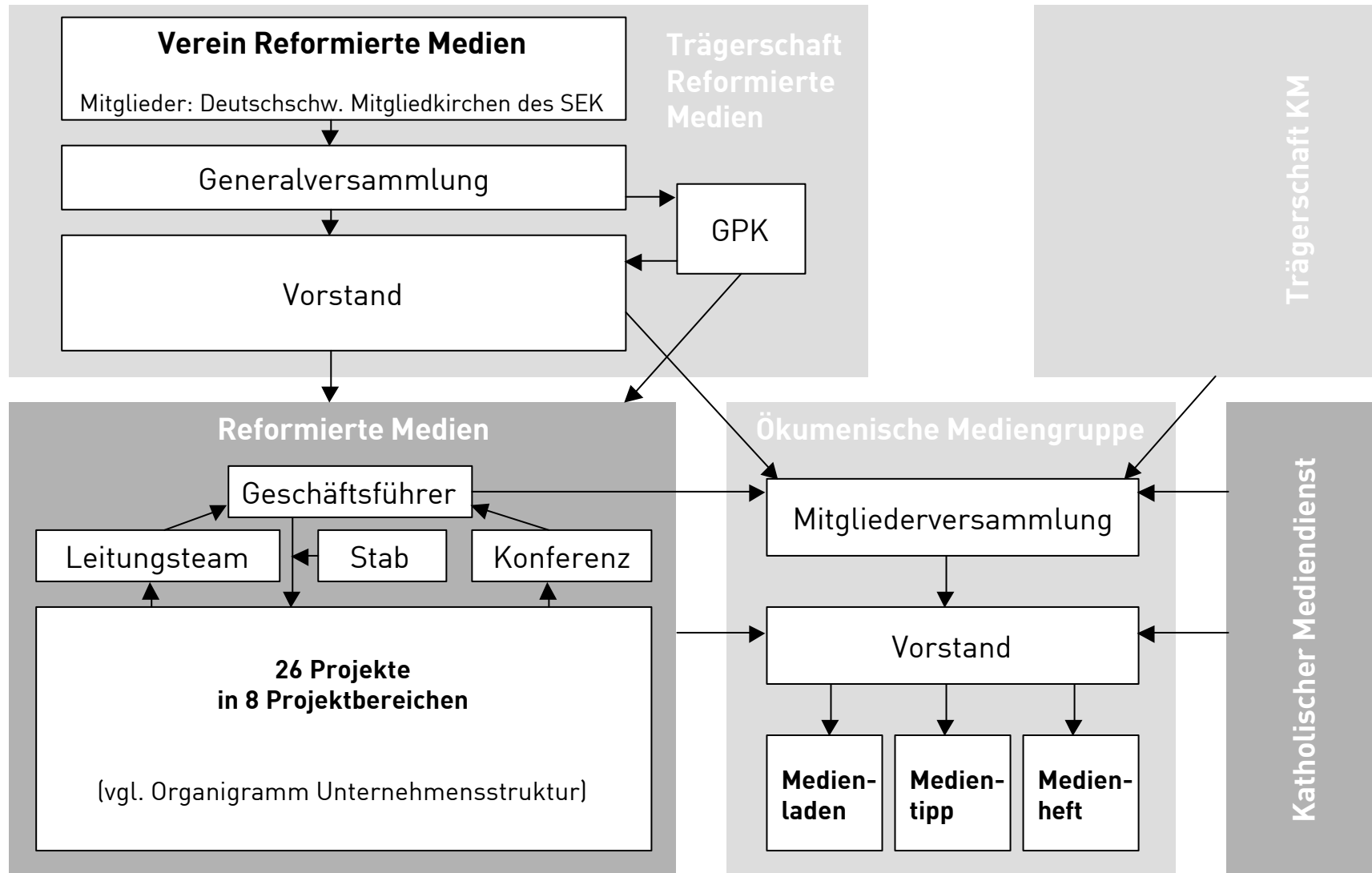
Hohe Eigenwirtschaftlichkeit

Der Umsatz des Gesamtunternehmens betrug 2002 4,6 Mio. Franken (80% Reformierte Medien, 20% Ökumenische Medien-gruppe). Rund 48 Prozent des Gesamthaushalts ist selbst erwirtschaftet. Die Reduktion der Eigenwirtschaftlichkeit um 2 Prozent gegenüber dem Vorjahr (s. unten) erklärt sich aus dem Wegfall des ausgelagerten ZOOM-Verleihs, der voll kostendeckend arbeitete. 45 Prozent des Haushalts steuerten die deutschschweizerischen evangelisch-reformierten Kirchen bei mit ihren Mitgliederbeiträgen. Die restlichen 7 Prozent stammen von Beiträgen des Katholischen Mediendienstes sowie aus weiteren Zuschüssen Dritter an die Ökumenische Mediengruppe.

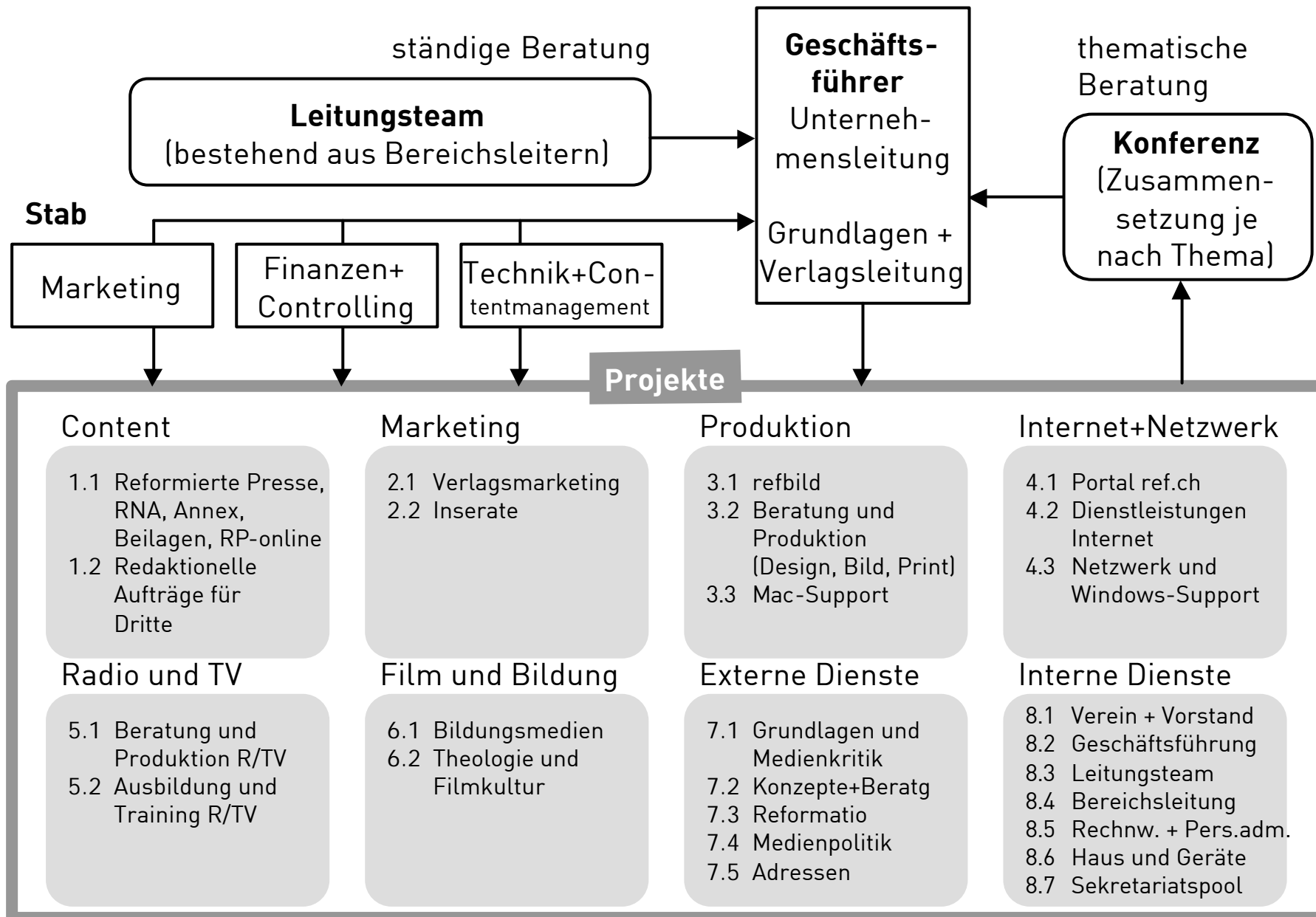
2001 beliefen sich die Eigenleistungen bei einem Umsatz von 5 Mio. Franken auf 50 Prozent und die reformierten Mitgliederbeiträge auf 40 Prozent. 10 Prozent stammten von Dritten.

Im Jahr 2000 hatten die Werte so ausgesehen: Der Umsatz betrug 4,8 Mio. Franken, die Eigenleistungen standen bei 49 Prozent, die reformierten Zuschüsse machten 44 Prozent des Umsatzes aus und von Dritten kamen 5 Prozent.

Organigramm Reformierte Medien - Trägerschaftsstrukturen



Organigramm Reformierte Medien - Unternehmensstruktur



Legende: 0.0 Output-Projekt; 0.0 internes Projekt

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Stand 1.3.2003)

Geschäftsführer	Urs Meier, 100%	
Reformierte Presse und Reformierte Nachrichten (RNA)	Sylvia Senz-Benkert, Chefredaktorin, 80% Monika Dettwiler, Redaktorin, 80% Christiane Faschon, Redaktorin, 80% Willy Gautschi, Redaktor, 80% Stephan Landis, Redaktor, 60% Monika Marti, Redaktionsassistentin, 60%	
Verlagsmarketing, Inserate	Erik Senz, Marketing und Inserate, 90%	
Produktionszentrum Print+Bild und Reformierte Bilder (refbild)	Frank Lorenz, Leiter Produktion, 80% Irene Fehr, Typografische Gestalterin, 70% Julia Resch, Grafikerin, 80% Zeljko Gataric, Visueller Gestalter, 60% Simon Eymold, Lehrling Polygraf, 100% Gion Pfander, Fotojournalist, 70% Dharmendra Parmar, Fotograf (fester freier Mitarbeiter)	
Internet	Matthias Bachmann, Leiter Internet, 80%	
Radio und Fernsehen	Martin Peier, Radio- und Fernsehbeauftragter, 80%	
Film und Bildung	Hans Hodel, Filmbeauftragter, 100%	
Medienladen *	Christian Pfander, Leiter Personal und Technik, 80% Peter Weskamp, Leiter Marketing und Beratung, 80% Heidi Reichlin, Sachbearbeiterin, 90% Ursula Strickler, Sachbearbeiterin, 90% Dharmendra Parmar, Assistent, 50%	
Medientipp * und Medienheft *	Judith Arnold, geschäftsführende Redaktorin, 40% Sabine Schüpbach, Redaktorin, 20% (bis 31.5.2003)	
Interne Dienste	Robert Zaugg, Leiter Finanzen, 60% Christian Pfander, Haustechnik und Netzwerk, 20% Brigitte Reinhard, Leiterin Sekretariat, 60% Ruth Fahrni-Spörri, Sekretärin, 80% Eva Furrer-Haller, Sekretärin, 50% Marlene Nutt, Sekretärin, 60% Anne Roggli, Sekretärin, 60%	
* gemeinsam mit dem Katholischen Mediendienst		
	Anzahl Mitarbeitende Reformierte Medien (exklusive 2 Mitarbeiter der Ökumenischen Mediengruppe)	23
	Anzahl Mitarbeitende Ökumenische Mediengruppe	7
	Äquivalent Vollzeitstellen Reformierte Medien (inkl. Lehrling)	17,4
	Äquivalent Vollzeitstellen Ökumenische Mediengruppe	4,5

Vorstand und GPK der Reformierten Medien 2002/2003

Markus Christ, Präsident
Kirchenratspräsident Baselland
Neumattstrasse 11, 4450 Sissach

Vorstand

Nicolasina ten Doornkaat, Vizepräsidentin
Projektleiterin und Beraterin für Nonprofit-Organisationen
Junkerngasse 39, 3011 Bern

Beat Messerli, Finanzreferent
Rechtsanwalt
Zollikerstrasse 195, 8008 Zürich

Philippe Dätwyler
Kulturbeauftragter der Zürcher Landeskirche
Blaufahnenstrasse 10, 8001 Zürich

Susanne Eugster-Bänziger
Juristin
Dorf 16, 9042 Speicher

Hans Fankhauser
ehemaliger Leiter einer Kommunikationsabteilung in der Industrie
Beim Wasserturm 3, 4059 Basel

Klaus Tepper
Werbefachmann und Fotograf, stv. Redaktor des Luzerner Kirchenboten
TEGRA Tepper Grafik, Hauptstrasse 38, 5734 Reinach

Gerlinde Frischknecht
Mitglied der Synode St. Gallen
Weierhofgasse 14, 9500 Wil

Geschäftsprüfungskommission

Werner Salathé
Therwilerstrasse 44, 4153 Reinach

Urs Schneider
Weiherfeldstrasse 10, 4310 Rheinfelden

Ökumenische Mediengruppe *

Markus B. Christ, Präsident Reformierte Medien
Willy Kaufmann, Präsident Katholischer Mediendienst
Urs Meier, Geschäftsführer Reformierte Medien
Charles Martig, Geschäftsführer Katholischer Mediendienst

Mitgliederversammlung

Urs Meier, Geschäftsführer Reformierte Medien
Hans Hodel, Filmbeauftragter Reformierte Medien
Charles Martig, Geschäftsführer Katholischer Mediendienst

Vorstand

* gemeinsam mit dem Katholischen Mediendienst

Adressen

Reformierte Medien	Badenerstrasse 69, Postfach, 8026 Zürich
Telefon	01 299 33 11
Telefax	01 299 33 91
E-Mail	medien@ref.ch
Internet	www.ref.ch
Internet (direkt)	medien.ref.ch/
Reformierte Presse	Badenerstrasse 69, Postfach, 8026 Zürich
Telefon	01 299 33 21
Telefax	01 299 33 93
E-Mail	presse@ref.ch
Internet (direkt)	presse.ref.ch
Inserate	Badenerstrasse 69, Postfach, 8026 Zürich
Telefon	01 299 33 21
Telefax	01 299 33 93
E-Mail	erik.senz@ref.ch
Internet (direkt)	presse.ref.ch
Produktionszentrum Print+Bild	Badenerstrasse 69, Postfach, 8026 Zürich
Telefon	01 299 33 21
Telefax	01 299 33 93
E-Mail	produktion@ref.ch
Internet (direkt)	medien.ref.ch/
Reformierte Bilder (refbild)	Badenerstrasse 69, Postfach, 8026 Zürich
Telefon	01 299 33 21
Telefax	01 299 33 93
E-Mail	bild@ref.ch
Internet (direkt)	bild.ref.ch
Medienladen *	Badenerstrasse 69, Postfach, 8026 Zürich
Telefon	01 299 33 81
Telefax	01 299 33 97
E-Mail	info@medienladen.ch
Internet	www.medienladen.ch
Medientipp *	Bederstrasse 76, Postfach, 8027 Zürich
Telefon	01 204 17 70
Telefax	01 280 28 50
E-Mail	redaktion@medientipp.ch
Internet	www.medientipp.ch
Medienheft *	Bederstrasse 76, Postfach, 8027 Zürich
Telefon	01 204 17 70
Telefax	01 280 28 50
E-Mail	redaktion@medienheft.ch
Internet	www.medienheft.ch

* gemeinsam mit dem
Katholischen Mediendienst