

Medienkonferenz, 28. Mai 2008

reformiert. provoziert.

«Die neue Zeitung muss auch provozieren»

Am 30. Mai erscheint die erste Ausgabe von «reformiert.». Medienexperte Roger Blum erklärt im Gespräch, was die neue Zeitung besser machen muss als die alten.

Roger Blum, wie stehen reformierte Mitgliederzeitungen in der Schweizer Medienlandschaft?

Einerseits besteht eine ihrer Stärken in der Kompetenz, gesellschaftliche und politische Fragen konsequent aus ethischer, religiöser, kirchlicher Perspektive zu beleuchten – das macht ihnen so schnell kein anderes Medium nach. Manche haben sich in den vielen Jahren ihres Bestehens auch stets un-abhängig verhalten, haben Wert auf die journalistische Qualität und eine liberale Offenheit gelegt. Andererseits haben kirchliche Zeitungen ein Problem: Die meisten Leute, die sie bekommen, haben sie gar nicht abonniert; sie landen bei ihnen, weil sie Mitglied einer Kirche sind, in die sie hineingeboren wurden und an die sie keine allzu grossen Erwartungen haben. Deshalb haben sie auch keine enge Beziehung zu einem «Kirchenboten»: Sie erwarten ihn nicht, er kommt einfach.

Und er kommt nur jeden Monat einmal...

Ja, das kommt erschwerend dazu: Je seltener eine Zeitung erscheint, desto weniger nimmt man sie wahr. Am Morgen die Tageszeitung aus dem Briefkasten zu nehmen, gehört zum Ritual – man merkt sofort, wenn sie mal fehlt. Das Fehlen einer Monatszeitung hingegen bemerkt man nicht.

Drei der vier an «reformiert.» beteiligten Partner, der Aargauer, Bündner und Zürcher «Kirchenbote», stehen strukturell eher nahe an der Landeskirche – könnte das die auch von Ihnen beschworene redaktionelle Unabhängigkeit gefährden?

Das kommt darauf an, ob die kirchlichen Institutionen auf den redaktionellen Kurs Einfluss zu nehmen versuchen.

In Basel, beim «Interkantonalen Kirchenboten», haben sie.

Die Frage lautet: Will man ein PR-Organ, ein linientreues Propagandablatt – oder eine journalistisch gemachte, redaktionell unabhängige Zeitschrift, die auch Kirchenthemen kritisch abhandelt? Wenn man sich fürs Zweite entscheidet, muss eine Kirchenleitung, selbst wenn sie das Blatt herausgibt, akzeptieren, dass eine solche Zeitung im redaktionellen Kurs relativ autonom agiert, agieren muss. Nur eine kritische, journalistisch gemachte Zeitung ist fürs Publikum glaubwürdig – das will nämlich weder missioniert, noch mit gestylten Werbetexten eingedeckt werden.

Am 30. Mai erscheint die erste Ausgabe von «reformiert.»: Was muss die neue Zeitung besser machen als die vier alten?

In «reformiert.» ist mehr Farbe drin, mehr Varietät: Das ist positiv, spricht mehr Leute an. Andererseits darf «reformiert.» nicht aussehen wie eine Tageszeitung: Das Komplementäre, die andere Perspektive dieser Zeitung muss sichtbar sein.

Das waren vorab grafisch-layouterische Empfehlungen. Gibts auch inhaltliche?

Wichtig ist, dass es weiterhin ein Dossier gibt: Es schafft einen wirklichen Mehrwert. Die Kombination von Hintergrundbeiträgen und Kurzfutter, die ich in der Nullnummer entdeckt habe, ist ziemlich geschickt: Es wird Leute geben, die irgendetwas sehen, vielleicht bloss etwas Kleines, das sie interessiert und an dem sie hängen bleiben – während andere direkt zum Dossier weiterblättern. Letztlich hängt der Erfolg der neuen Zeitung aber davon ab, ob «reformiert.» einen überzeugenden Kurs fährt. Ob sie glaubwürdig ist. Ob es gelingt, in den jeweiligen Regional- und Gemeindeteilen sowohl die Bedürfnisse der eher kirchenfernen als auch der kirchennahen Leserinnen und Leser zu erfüllen.

Auch «reformiert.» wird nur monatlich erscheinen, bloss zwölf Seiten dünn und mit dem Kirchenblattimage behaftet sein – hat die neue Zeitung überhaupt eine Chance, wahrgenommen zu werden?

Ja, wenn sich die Redaktion regelmässig etwas einfallen lässt. Besonders in den Dossiers muss sie auch provozieren, Reaktionen hervorrufen wollen. Sie muss sich ab und zu ganz exklusive Interviewpartner leisten. Sie muss kontroverse Streitgespräche führen, die so noch nirgends sonst geführt worden sind. Es braucht eine gewisse Exklusivität im journalistischen Ansatz. Und sie muss Medienarbeit betreiben, damit solche Eigenleistungen über Nachrichtenagenturen zum öffentlichen Thema werden.

Exklusiv, um nicht zu sagen: exotisch ist mindestens die Organisationsform bei «reformiert.»: eine gut zehnköpfige Redaktion ohne ChefredaktorIn, dafür mit rotierenden Verantwortungen; ein Trägerverein, der sich zwar um Druck und Vertrieb kümmert, die meisten Verlagsaufgaben aber den lokalen Partnern überlässt...

Das Modell ist sicher nicht ganz ohne Risiken – aber ich gehe davon aus, dass die zusammengewürfelte Redaktion über die Resultate, die sie erzielt, über Ausgaben, die sie produziert, und Leistungen, die sie erbringt, ihre Identität findet. Und dass diese Identität zu einer klaren redaktionellen Linie führt. Wenn sich zudem der Trägerverein in der Rolle des kritisch-solidarischen Begleiters sieht, der zwar differenziert Kritik übt, die Redaktion aber insgesamt stützt und ihr Rückhalt gibt – ähnlich wieder Publikumsrat bei Schweizer Radio und Fernsehen DRS –, kanns fast nur gut kommen ...

Noch besser käme es, wenn die bislang abseits stehenden kantonalen Mitgliederzeitungen auch ins «reformiert.»-Boot geholt werden könnten...

Das wäre in der Tat wünschenswert. Aber vermutlich ist das bloss eine Frage der Zeit beziehungsweise des publizistischen Erfolgs von «reformiert.»: Wenn «reformiert.» ein Jahr nach dem Start Leserquoten vorweisen kann, die sich gegenüber den alten Publikationen verbessert haben, geraten die anderen Titel unter Druck.

Interview: Martin Lehmann

Roger Blum, 63, ist Professor für Medienwissenschaft an der Universität Bern und Dozent am Medienausbildungszentrum Luzern (MAZ). Er wohnt in Bern.

Das Interview ist in den Mai-Ausgaben der vier an «reformiert.» beteiligten Zeitungen erschienen.