

Christian Klenk

## Der Anfang vom Ende oder ein Sonderfall der Kirchenpresse?

Das Bistum Essen stellt das „RuhrWort“ ein

„Wenn fünf von einhundert Katholiken des Bistums Essen RuhrWort abonniert hätten, läge die Auflage bei über 40 000 verkauften Exemplaren pro Woche. Ist es wirklich Spinnerei oder Träumerei, ein solches Ziel zu nennen? Oder ist nicht ein Jubiläum wie ‚50 Jahre RuhrWort‘ ein guter Anlass, eine solche Ansage einmal optimistisch zu formulieren – und auch hinauszusagen in das Bistum? Mit der festen Überzeugung, dass es sich lohnt, sich für die Zeitung der Kirche einzusetzen, weil sie einen Mehrwert bietet, den kein anderes Medium ersetzen kann“ (Ulrich Engelbert, Chefredakteur von „RuhrWort“, in 50 Jahre RuhrWort – Jubiläumsausgabe vom 4.4.2009, S. 46).

Der 20. Dezember ist für die Publizistik im Bistum Essen ein einschneidendes Datum: Am 20.12.2010 ist im betagten Alter von 90 Jahren Otto Kaspar gestorben. Er war einer der bedeutendsten katholischen Journalisten der Nachkriegszeit. 1959 übernahm Kaspar die Leitung der Redaktion der damals gegründeten Wochenzeitung „RuhrWort“ (das Bistum Essen gibt es erst seit 1957) und blieb 28 Jahre lang ihr Chefredakteur (vgl. Höller 2011). Nun hat ausgerechnet am zweiten Todestag von Otto Kaspar der Essener Generalvikar Klaus Pfeffer das Aus der Bistumszeitung verkündet. Sie soll noch das Jahr 2013 über erscheinen und dann eingestellt werden. Dieser Schritt wurde von Insidern seit mehr als einem Jahr erwartet, nachdem entsprechende Planungen in Essen inoffiziell bekannt geworden waren. Dass die 17 Mitarbeiter in Verlag und Redaktion ausgerechnet kurz vor Weihnachten über „die notwendige Beendigung von Beschäftigungsverhältnissen“ (Pressemitteilung des Bistums Essen vom 20.12.2012) informiert wurden, erinnert an die überraschende Entlassung der früheren Redaktion der Paderborner Bistumszeitung „Der Dom“, die Ende 2009 ebenfalls drei Tage vor Heilig Abend verkündet wurde (vgl. Klenk 2010, S. 18) – vermutlich gibt es aber niemals einen richtigen Zeitpunkt für derartige Nachrichten.

Das „RuhrWort“ ist nicht die erste Bistumszeitung in Deutschland, die eingestellt wird (man denke an das „Hedwigsblatt“, die „Katholische Kirchenzeitung für das Erzbistum Berlin“ oder das „Regensburger Bistumsblatt“) – aber es ist der erste Titel, der nicht durch eine andere, ggf. in Kooperation produzierte Abonnementzeitung ersetzt

wird. Seit mehr als einem Jahr arbeite eine Projektgruppe an alternativen Konzepten der Medienarbeit und Kommunikation, berichtete Generalvikar Pfeffer. „Nachgedacht wird unter anderem darüber, wie neue und größere Zielgruppen erreicht werden können.“ Angeblich wird ein Magazin in Erwägung gezogen, das künftig der Tagespresse beigelegt wird. Nähere Angaben hierzu wurden nicht gemacht. „Wie auch immer die Umsetzung konkret aussieht, sie kostet ebenfalls Geld, und der Erfolg ist zweifelhaft“, stellte die Gesellschaft Katholischer Publizisten in einer ersten Stellungnahme fest (GKP 2012). Die geplante Einstellung der Wochenzeitung sei nicht nur „ein großer Verlust für das Bistum Essen“, sondern auch „ein problematisches Signal“ für die kirchliche Publizistik: „Zu befürchten ist, dass die erste Einstellung einer Bistumszeitung in Deutschland Vorbild für andere Diözesen sein könnte: Bisher gehörte für jede Diözese die Bistumszeitung dazu“ (ebd.).

Die Diözesanleitung in Essen begründete den Abschied vom Medium Bistumszeitung mit den hohen wirtschaftlichen Verlusten in den vergangenen Jahren. Sowohl die Zahl der Abonnenten als auch die Erlöse aus dem Anzeigengeschäft seien stark rückläufig. Zuletzt lag die verkaufte Auflage bei 15 261 Exemplaren (IVW, 3. Quartal 2012). Von dem Strukturwandel in den Printmedien seien die Kirchenzeitungen besonders betroffen, so Generalvikar Pfeffer. Umso mehr verdiene das von Verlag und Redaktion in den zurückliegenden Jahren gezeigte Engagement hohen Respekt und große Anerkennung. Der Herausgeber, Bischof Franz-Josef Overbeck, schrieb in der Weihnachtsausgabe vom 22. Dezember, die Entscheidung das „RuhrWort“ einzustellen, sei ihm nicht leicht gefallen. Die Mitarbeiter in Verlag und Redaktion hätten dem Bistum in mehr als fünf Jahrzehnten immer wieder eine eigene publizistische Stimme gegeben. Dafür sei er sehr dankbar. Aber die Katholische Kirche könne nicht die Augen davor verschließen, dass sich das Mediennutzungsverhalten verändert habe. Deshalb sei es ihm ein wichtiges Anliegen, nach neuen Wegen zu suchen, die Botschaft des Evangeliums in die Welt zu tragen.

Tatsache ist, dass sämtliche Bistumszeitungen unter Reichweitenverlusten leiden. Im Jahr 2010 schrumpfte die verkaufte Auflage aller 24 Titel im Durchschnitt um 6 Prozent, im Jahr 2011 um 5,6 Prozent, und im Jahr 2012 wird das Minus bei voraussichtlich deutlich über 6 Prozent liegen (in den ersten drei Quartalen waren es 4,9 Prozent). Zum Vergleich: Tageszeitungen verlieren ebenfalls an Auflage, weil periodische Printmedien von jungen Menschen kaum mehr gelesen werden – aber die prozentualen Rückgänge sind hier nur halb so hoch. Bei den Kirchenzeitungen kommt erschwerend hinzu, dass die

Zielgruppe kleiner wird. Die Anzahl der Katholiken in Deutschland schrumpft. Noch mehr aber nimmt die Zahl jener Gläubigen ab, die sonntags den Gottesdienst besuchen, also zu den aktiven und eng verbundenen Kirchenmitgliedern zählen und somit von der kirchlichen Presse am ehesten erreicht werden. Die alten Leser sterben weg, junge kommen kaum nach. Mit der sinkenden Auflage schrumpfen die Auflagenerlöse. Die Fixkosten für die Redaktion lassen sich nicht im gleichen Maße senken, ohne den gewünschten Qualitätsstandard zu mindern (vgl. hierzu Klenk 2010). Ab einer bestimmten Auflagenhöhe gibt es nur noch wenige Handlungsoptionen:

- den Verlag aus Kirchensteuermitteln subventionieren (wozu das Ruhrbistum, das in den vergangenen Jahren im Rahmen eines Zukunftskonzepts bereits eine Reihe von Kirchen geschlossen oder gar abgerissen hat, nicht länger bereit war),
- mit anderen Bistumszeitungen bei der überregionalen Berichterstattung eine Redaktionsgemeinschaft bilden (die Verlagsgruppe Bistumspresse, deren Zentralredaktion in Osnabrück sitzt, hätte sich angeboten) oder
- den Titel vollständig einstellen oder auf eine andere Verbreitungsweise umstellen (Mitgliedermagazin, Zeitungsbeilage).

Wo für eine eigenständige Bistumszeitung die Schmerzgrenze bei der Auflagenhöhe liegt, hängt vom Einzelfall ab, etwa vom Seitenumfang, der Redaktionsgröße, dem Geschick des Verlags bei der Anzeigenakquise oder der Erschließung neuer Geschäftsfelder (Bücher etc.) und der Medienpolitik des Bistums. Das „Passauer Bistumsblatt“ lag mit rund 13 800 verkauften Exemplaren im dritten Quartal 2012 schon deutlich unter den Zahlen aus Essen, die Ausgabe für Eichstätt (18 500) nähert sich bei der Verbreitung langsam dem „RuhrWort“ an. Andere Titel mit weniger als 20 000 Abonnenten (Berlin, Fulda, Hamburg, Hildesheim, Limburg und Mainz) sind seit Jahren nur noch im Regionalteil eigenständig und gehören ansonsten redaktionell zur Verlagsgruppe Bistumspresse (bzw. im Falle Berlins zur Augsburger „SonntagsZeitung“). Umgekehrt gibt es Titel, deren Auflagen zwar ebenfalls sinken, dies aber weniger heftig (etwa der „Tag des Herrn“ in Leipzig oder die Bistumsblätter von Freiburg und Rottenburg-Stuttgart) – oder die (scheinbar) noch eine komfortable Verbreitung haben (so z. B. „Kirche und Leben“ in Münster mit zuletzt knapp 80 000 Exemplaren).

Ist die Einstellung der Essener Kirchenzeitung, wie manche befürchten, der Anfang vom lange heraufbeschworenen Ende eigenständiger Kirchenzeitungen – oder gar des Typus Bistumspresse überhaupt? Ein Blick auf die Statistik zeigt, dass die Entwicklung an der Ruhr nicht typisch (aber auch nicht singular) für Deutschland ist (vgl. Abb. 1).

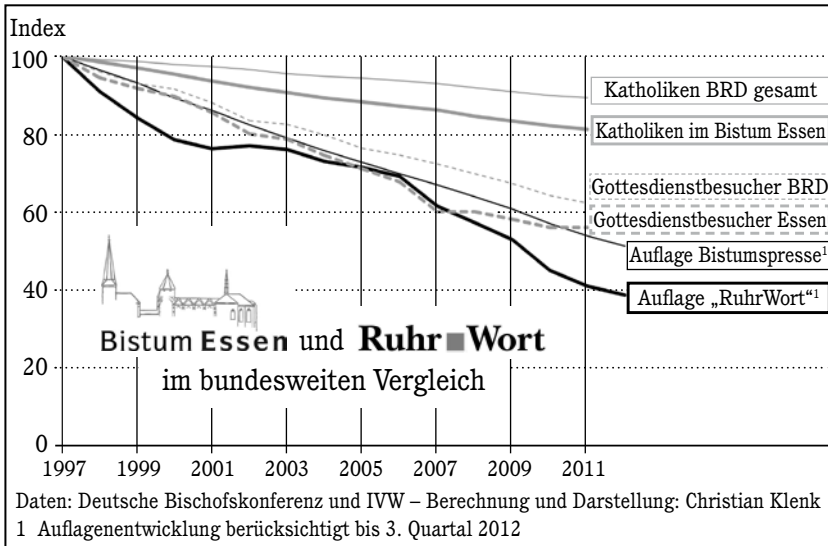


Abb. 1: Entwicklung von katholischem Leben und kirchlicher Publizistik im Bistum Essen und bundesweit im Vergleich (1997–2011/12)

Die hierzulande flächenmäßig kleinste Diözese hat in den vergangenen Jahren überdurchschnittlich viele Katholiken verloren. Zieht man das Jahr 1997 zum Vergleich heran, so schrumpfte das Bistum von damals 1,05 Millionen auf 857 000 Kirchenmitglieder im Jahr 2011, also ein Minus von 18,7 Prozent – bundesweit lag der Rückgang im gleichen Zeitraum bei 10,6 Prozent. Die Zahl der Gottesdienstbesucher sank in Essen um 43,8 Prozent (Quote im Jahr 2011: 9,5 Prozent), in allen deutschen Diözesen betrug das Minus im Schnitt 37,6 Prozent (Quote 2011: 12,3 Prozent). Mit Ausnahme der Bestattungen sind auch die Zahlen für Kasualien (Taufen, Erstkommunion, Trauungen) in Relation zur Zahl der Katholiken schlechter als im bundesweiten Durchschnitt. Ursächlich für die Probleme im Bistum sind vor allem die demografische Entwicklung und die Abwanderung von Arbeitskräften (man denke nur an die jüngsten Berichte über Opel in Bochum). Die hohe Arbeitslosigkeit führt u. a. dazu, dass nur ein Drittel aller Gläubigen Kirchensteuern zahlt, wie die Diözesanleitung im Zusammenhang mit dem Zukunftskonzept im Jahr 2008 mitteilte.

Die geringer ausgeprägte Kirchlichkeit wirkt sich auf die Nachfrage bei der Bistumszeitung aus. Ein Jahr nach der Gründung des Blattes, also 1960, lag die verkaufte Auflage bei knapp 145 000 Exemplaren, auf 100 Katholiken im Bistum kamen 9,9 „RuhrWort“-Abonnenten (vgl. Becker 1971, S. 189) – und noch mehr Leser, weil ein Exemplar

von mehreren Familienmitgliedern zur Hand genommen wird. 1997 betrug die verkaufte Auflage laut IVW noch 39 400 Exemplare (bzw. 3,7 Prozent der Katholiken) und Ende 2011 noch 16 200 Exemplare (1,9 Prozent). Der Auflagenrückgang war damit zuletzt zwar gravierender als bei der Bistumspresse allgemein – aber bei der Marktdurchdringung (Abonnenten je 100 Katholiken bzw. je 100 Gottesdienstbesucher) hat sich das „RuhrWort“ im vergangenen Jahrzehnt nicht anders entwickelt als der Durchschnitt der diözesanen Blätter. Damit ist das „RuhrWort“ vor allem ein Opfer der Veränderungen bei der Mitgliederstruktur im Bistum und der Probleme, die alle Bistumszeitungen miteinander teilen – nämlich dass sie keinen ausreichenden Nachwuchs unter den Lesern binden können.

Die „RuhrWort“-Redaktion war eine der ersten, die die Probleme erkannte und artikulierte. Bereits 1970 (noch war die Auflage sechsstellig) stellte Chefredakteur Otto Kaspar fest: „Die brave Zahl der Käufer des ‚Ruhrworts‘ [...] wird zurückgehen. Sie geht schon zurück; wie weit zurück wird sie noch gehen? Die kirchliche Bindung lockert sich zusehends. Wir haben uns immer unverdrossen den neuen Aufgaben angepaßt, werden aber bestimmt kein gefälliges Organ, nur um den Umsatz wieder zu steigern“ (zit. in Witter 1970). Kein gefälliges Organ hieß für Kaspar vor allem, die verschiedenen Meinungen und Standpunkte darzustellen und so „die innere Unruhe in der Kirche“ widerzuspiegeln. „Deshalb sind wir immer unter Beschuß. Und die Konfliktsituation wird bleiben, je profiliert wir artikulieren“ (vgl. ebd.). Gerne berichtete Kaspar, was ihm der erste Bischof von Essen, Franz Hengsbach, aufgetragen hatte: „Machen Sie mir eine Zeitung, für die man sich nicht zu schämen braucht, wenn man sie in der Straßenbahn aus der Tasche zieht“ (zit. in: Kaspar 2009, S. 5). Die Chefredakteure nach Kaspar – Elmar Bordfeld, Udo Haltermann und schließlich Ulrich Engelberg – setzten dieses Erbe fort.

Die Jubiläumsausgabe zum 50. Geburtstag im Jahr 2009 lieferte dann schon eine bemerkenswert offen formulierte Vorahnung auf die weitere Entwicklung des Blattes. Das Grußwort vom damaligen Essener Bischof Felix Genn (heute in Münster) war noch mit der inzwischen revidierten Aussage „Unverzichtbarer Dienst“ betitelt. Die Wochenzeitung, so Genn, leiste „einen publizistischen Dienst, der seinesgleichen sucht“. Chefredakteur Engelberg aber fand mahnende Worte. Die Auflagenentwicklungen nicht nur in Essen „lassen ernsthaft fragen, ob die konfessionelle Presse nicht unaufhaltsam auf dem Weg wandelt, den die einst so traditionsreichen Partei- und Gewerkschaftszeitungen vorangegangen sind – und zwar in die Bedeutungslosigkeit“ (Engelberg 2009, S. 46). Dabei leiste die Kirchenpresse,

so Engelberg weiter, einen wertvollen Dienst, weil sie gesellschaftliche Ereignisse aus christlicher Perspektive beobachte, Öffentlichkeit im Bistum herstelle und den gesellschaftlichen Wunsch nach ethischer Orientierung erfülle.

Sodann schilderte der Chefredakteur die Bemühungen des Blattes, die Zahl der Leser zu steigern. Beispielsweise wurde die Zusammenarbeit mit den katholischen Verbänden im Bistum intensiviert – sie konnten sich fortan regelmäßig im Blatt ausführlich präsentieren – mit mäßigem Erfolg in Bezug auf die Verbreitung der Zeitung: „So gern das Angebot angenommen wurde, so gut darüber gesprochen und so oft es gelobt wurde, eine erhoffte Steigerung der RuhrWort-Auflage konnte bisher nicht erzielt werden. Ist es wirklich unerschämmt zu fragen, warum es nicht gelingt, mehr Mitglieder der Verbände für RuhrWort zu gewinnen?“ (ebd., S. 47). Werbeaktionen in den Pfarreien scheiterten nicht selten an der Bereitschaft der Pfarrer und Seelsorger, die Verbreitung der Bistumszeitung zu fördern.

Die Gedanken zur Zukunft von „RuhrWort“ schloss Ulrich Engelberg in der Jubiläumsausgabe 2009 mit den Worten ab: „Die Kirchenpresse darf nicht sterben, sie wird nicht sterben“ (ebd.) – zumindest für das Bistum Essen hat sich dieser Wunsch nicht erfüllt.

## Literatur

- Becker, Manfred P. (1971): Die Bistumspresse in der Bundesrepublik Deutschland. 4. Folge. In: *Communicatio Socialis*, 4. Jg., H. 2.
- Bistum Essen (Hg.) (2012): RuhrWort wird Ende 2013 eingestellt. Bistum Essen sucht neue Wege der Kommunikation. Pressemitteilung vom 20.12.
- Engelberg, Ulrich (2009): Spinnerei oder Träumerei – Illusion oder Vision? Einige Gedanken zur Zukunft (nicht nur) vom RuhrWort. In: 50 Jahre RuhrWort – Jubiläumsausgabe vom 4.4.2009, S. 46f.
- Gesellschaft Katholischer Publizisten Deutschlands (GKP) (2012): Großer Verlust. GKP bedauert die Einstellung des RuhrWorts in Essen. Pressemitteilung vom 21.12.2012.
- Höller, Karl R. (2011): Entwicklungshelfer. Erinnerungen an den katholischen Publizisten Otto Kaspar. In: *Communicatio Socialis*, 44. Jg., H. 1, S. 109-111.
- Kaspar, Otto (2009): Neues Bistum 1958, Neue Zeitung 1959 (50 Jahre!), Neuer Stil... In: 50 Jahre RuhrWort – Jubiläumsausgabe vom 4.4.2009, S. 5f.
- Klenk, Christian (2010): Letzte Chance für die Bistumspresse? Die Auflage schrumpft stetig, doch bei der Suche nach Lösungen herrscht Uneinigkeit. In: *Communicatio Socialis*, 43. Jg. H. 1, S. 3-26.
- Witter, Ben (1970): Das „Ruhrwort“ und die Profis. Redakteur im Bistumsblatt – Nach dem Tischgebet. In: *Die Zeit* Nr. 11 vom 13.3., S. 72.