

Ute Stenert /
David Hober

„Kirche ist hoch anschlussfähig“

Interview mit der Intendantin des Rundfunks
Berlin-Brandenburg, Dagmar Reim*

Frau Reim, selten waren die Rahmenbedingungen so optimal für die katholische Kirche, vor allem durch die medialen Großereignisse Papsttod, Papstwahl und Weltjugendtag. Was raten Sie den kirchlichen Medienkollegen jetzt zu tun, um von diesem Boom zu profitieren?

Ich rate zu möglichst großem Realismus. Trotz der Tatsache, dass Millionen Menschen mit großer Begeisterung den Weltjugendtag am Fernsehgerät miterlebt haben, trotz der Tatsache, dass Millionen Menschen in aller Welt ergriffen waren vom medialen „Dabei sein“ beim Tode von Papst Johannes Paul II. und der Wahl seines Nachfolgers. Diese hohe Aufmerksamkeit sollte man bitte nicht verwechseln mit einer Rückkehr zum Religiösen. Ich möchte diese umfassende Aufmerksamkeit nicht klein reden. Es war für jemanden, der wie ich katholisch ist, hocheifrig. Und dennoch muss man die Dinge trennen. Es war kein Event wie die Fußballweltmeisterschaft, aber es war auch keine Rückkehr des Religiösen in die Mitte der Gesellschaft. Ich denke, hier muss Realismus wieder Einkehr halten. Wenn wir über Nachhaltigkeit reden, dann heißt das, Spuren aufzunehmen, die dort gelegt worden sind, und versuchen anzuknüpfen an die Begeisterung, die auf dem Weltjugendtag alle mitriss. Und das ist sehr schwer. Übertragen Sie mal die Begeisterung eines Ereignisses, bei dem Sie waren, in ihren ganz normalen Alltag. Dann sind die Verhältnisse in der eigenen Gemeinde wieder so wie sie sind, und schon verpufft das, was einen über die Tage von Rom oder Köln hinweggetragen hat. Ich bin nicht skeptisch, aber ich teile nicht die Euphorie jener, die erst gesagt haben, „Wir sind Papst“, und nun glauben, „Wir sind Kirche“. So einfach geht das nicht.

* Dagmar Reim, geboren am 4. November 1951 in Heidelberg. Ausbildung: Abitur 1970 in Bensheim/Bergstraße, Studium der Geschichte, Germanistik und Publizistik in Mainz und München, 1975 Abschluss Magister Artium. Beruf: 1975 bis 1979 Redakteurin beim Bayerischen Rundfunk, 1979 bis 1986 Redakteurin beim Westdeutschen Rundfunk, 1986 bis 2003 beim Norddeutschen Rundfunk mit folgenden Stationen: Hörfunk-Redakteurin, Leiterin der Pressestelle, Moderatorin der NDR-Talkshow, ARD-Sprecherin, Chefredakteurin Hörfunk, Direktorin des Landesfunkhauses Hamburg. Seit 1. Mai 2003 Intendantin des Rundfunk Berlin-Brandenburg. Beraterin der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz 1996 bis 2006.

Kirche in den Medien

Wie bewerten Sie das Missverhältnis in der öffentlich-rechtlichen Berichterstattung zwischen aktueller Papst-Event-Berichterstattung und dem quasi Ausblenden kirchlicher Nachrichten und Themen in aktuellen Nachrichtensendungen?

Man muss es wie immer differenziert sehen. Selbstverständlich hat jeder Priester, der ein Kind missbraucht, erheblich bessere Chancen in der medialen Aufmerksamkeit als ein Priester, der seinen steinigem Weg in schwierigem Gelände geht. Das ist das Prinzip, nach dem Medien funktionieren. Aber: Wenn ich die öffentlich-rechtlichen Sender sehe, sehe ich doch insgesamt eine hohe Präsenz kirchlicher Themen. Allerdings nicht nur kirchlicher Themen im ganz engen Sinne. Die Fragen, die die Menschen bewegen - „Wann beginnt Leben?“, „Wo endet Leben, und wie endet Leben?“, „Wie gehen wir damit um?“ - nehmen heute einen ungleich breiteren Raum in den Programmen ein. Eine Frage hat mich in den vergangenen Jahren in der Publizistischen Kommission immer wieder beschäftigt: Wie kann es Kirche schaffen, bei diesen wichtigen Themen, die in allen Medien verhandelt werden, präsenter zu sein? Wieso finden wir in Talkshows, bei großen Debatten nicht Bischof X oder den katholischen Professor Y, der die Haltung der katholischen Kirche dazu erläutern könnte?

So wie der Ratsvorsitzende der Evangelischen Kirche Deutschland, Bischof Huber, der sehr präsent ist. Seine Kritiker sagen, weniger wäre manchmal mehr.

Ich kann die Kritik am Ratsvorsitzenden der Evangelischen Kirche Deutschlands - falls es sie in dieser Form gibt, ich habe sie so noch nicht gehört - nicht nachvollziehen. Er brilliert wie kein zweiter auf diesem Medienklavier. Er kann sich perfekt äußern, er kommt perfekt rüber. Ich wünschte mir, wir hätten - was die katholische Kirche angeht - eine ähnliche Stimme in diesem öffentlichen Raum. Über die Dosierung kann man dann immer noch reden. Dass ein hektisches Telefonieren in den Redaktionen beginnt, wenn große Debatten geführt werden: Wen könnten wir denn mal fragen für die katholische Kirche - das ist unbefriedigend. Und dass es dann keineswegs immer zu guten Ergebnissen kommt, das bedrückt mich schon sehr. Da würde ich mir ein bisschen „mehr Huber“ wünschen.

Der ZDF-Programmdirektor Thomas Bellut behauptete im Vorfeld der Ausstrahlung des Papst-Interviews in der „Süddeutschen Zeitung“ vom 7. August 2006, dass Papst Benedikt XVI. furchtloser als sein Vorgänger Papst

Johannes Paul II. sei, der eher „die dekorativen Elemente pflegte“. Unter Papst Benedikt gäbe es mehr Mut, sich in der modernen Mediendemokratie offensiv zu zeigen.

Um ein solch steiles Urteil zu fällen, ist mir das Pontifikat von Benedikt XVI. noch zu kurz. Ich kann noch zu keinem Urteil kommen. Ich weiß noch nicht, wer dieser Papst ist. Und ich werde es vielleicht erst in einigen Jahren ahnen. Ist er der Papst, dessen schwarzer Pulloverärmel unter dem Gewand hervorlugte, als er - frisch gewählt - auf den Petersplatz schaute? Ist er der Papst, der in der Synagoge in Köln stand? Ist er der Papst, der vor den Journalisten saß? Für mich ist wichtig abzuwarten, wie sich seine entscheidenden theologischen Aussagen entwickeln und wie sie zu den Menschen kommen.

Vor einigen Monaten diskutierte man in der Kirche und in der Öffentlichkeit über den umstrittenen Satire-Comic „Popetown“ auf MTV. Wie bewerten Sie die Reaktion der Kirche auf diese Provokation?

Ich halte es für klug, sich ausschließlich über Dinge zu empören, die man kennt. Ich setze voraus, dass man sich gründlich über die anstößige Sache informiert. Bei „Popetown“ hat sich ja gezeigt, wie schon an vielen anderen Beispielen, dass die Empörung eine hervorragende Werbung für diese Sendung war, welche sonst ziemlich unbeachtet gelaufen wäre. Aber ich habe da keinerlei Patentrezepte. Der Grat, auf dem man sich bewegt, ist schmal. Mir hat z. B. gut gefallen, dass sich das Erzbistum Köln und Landesbischofin Käßmann klar geäußert haben zum Konzertauftritt von Madonna (sie auf der Bühne an einem Kreuz). Es gibt Dinge, die Christen nicht hinnehmen sollten. Und dann finde ich es richtig, sich zu wehren. Aber man muss schon genau wissen, wogegen man sich wehrt. Man sollte nicht reflexhaft Empörungsmaschinerien mit großer Streubreite in Gang setzen.

Evangelisierung in den Medien

Viele sagen, die Botschaft der Kirche sei aktuell, ihre Kommunikation nicht immer. Was ist das Mittel der Wahl?

Es gibt verschiedene Entwicklungen in den Medien. Eine Entwicklung ist, dass wir eine große Diversifikation haben, sowohl in den Inhalten als auch in den Verbreitungswegen. Momentan hat die Kirche eine privilegierte Position im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Wenn sie nun beschließen würde, einen eigenen Kirchenkanal rund um die Uhr zu betreiben, wäre zu befürchten, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk

sagt, nun können wir uns verabschieden. Kann die Kirche ihren eigenen Kanal betreiben? Er müsste mit 24 Stunden Programm gefüllt werden, das den selbst gesetzten Maßstäben entspricht, das teuer ist und das nicht so aussehen kann und darf wie Bibel-TV. Das ist das eine. Das andere ist, dass wir feststellen: Gerade junge Leute ändern ihre Medien-nutzung sehr stark, und Medien wie Internet, MP3, Podcasting werden enorm wichtig. Was ist das Mittel der Wahl, um Menschen mit der kirchlichen Botschaft anzusprechen? Wir leben in einer schwierigen Um-bruchssituation, und ich kenne niemanden, der ein Patentzept hat.

Glaubt man einzelnen Studien, scheinen bestimmte Milieus nahezu verloren zu sein für die katholische Kirche.

Ich fürchte, dass die Mittel nicht vorhanden sind, um sich sehr kirchen-fernen Gruppen adäquat zu nähern. Ich würde anstelle der Kirche nicht zu ehrgeizig sein. Diejenigen, die noch katholisch sind und die sich auch zu ihrem Glauben bekennen, die sind eher pflegeleicht. Ich würde mich eher konzentrieren auf die Ränder dieser Gruppen. Aber ich würde nicht versuchen, jene zu erreichen, die auf ganz anderen Bahnen wandeln. Das führt leicht in tiefe Frustration.

Wer heute Erfolg haben möchte, wer gehört werden möchte, muss hohe Sensibilität für den kulturellen Puls seiner Zeit haben. Wo vergibt die Kirche Ihrer Meinung nach Chancen für ihre Anschlussfähigkeit?

Zunächst einmal glaube ich, dass die Kirche immer noch anschlussfähig ist. Gerade dort, wo sie den Menschen in den kleinen Einheiten, in den Gemeinden, in den Gruppierungen, in den Diözesen Halt und Sinn gibt. Wo sie Gemeinschaft stiftet, und wo sie Menschen miteinander verbindet, die sich dann um das scharen, was wir Glauben nennen. Da ist sie hoch anschlussfähig. Denn wir haben ja in den vergangenen Jahrzehnten gelernt, was von immer mehr Menschen als immer größeres Defizit empfunden wird: diese kalte Individualisierung, diese Vereinsamung von Menschen. Die Gemeinschaft ist das Pfund, mit dem Kirche meiner Meinung nach wuchern kann. Wie es schon in der Bibel heißt: „Wo zwei oder drei in meinem Namen versammelt sind, da bin ich mitten unter ihnen.“

Und wie erreicht die Kirche die Menschen?

Es gibt ganz unterschiedliche Möglichkeiten. Und das muss gar nicht immer sehr teuer sein. Der Pfarrbrief z. B. ist sehr wichtig. Er muss aber mehr sein als das Mitteilungsblatt über die nächste Rosenkranzandacht.

Dem Evangelisierungsauftrag entsprechend soll die Kirche alle bestehenden neuen Wege nutzen. Andere Religionsgemeinschaften tun dies längst. Es ist

eine neue religiöse Szene zu beobachten, die gegenwärtig versucht, in die Mitte der TV-Landschaft vorzudringen.

Sie kommt nie bis in die Mitte. Sie wird am äußersten Rand verharren, neben Fliegen-Fischer-TV und Schachspieler-TV. Sie wird weit hinten - auf Platz 316 der Fernbedienung - auf ein äußerst übersichtliches Publikum treffen. Als Folge technischer Entwicklungen - das Stichwort Multiplex - wird das Betreiben eines Kanals sehr viel billiger. Aber man muss ihn mit Programm füllen. 23 Stunden mit erhebenden Predigten eines Missionars des mittleren Westens reichen nicht aus. Das bindet keine Zuschauer.

Wo haben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ein Anschlussproblem mit Blick auf notwendige Themen?

Selbstverständlich haben wir mit unserem Fernsehangebot ein Problem bei sehr jungen Zielgruppen. Trotzdem halten wir Menschen mit 49 plus nicht für Zombies. Inzwischen stellt sich heraus, dass Zuschauer, wenn sie ein gewisses Alter erreichen, durchaus den Kanal 1 und 2 oder auch 3 auf ihrem Fernseher wieder finden. Alle Studien sagen uns, dass vor allem junge Leute Informationen umschiffen. Man kann nicht so tun, als gäbe es dieses Problem nicht, aber man darf die öffentlich-rechtlichen Angebote auch nicht einfach auf jung schminken. Umso wichtiger ist es, dass wir über das Radio junge Zielgruppen erreichen. Diesen Kampf dürfen wir nicht aufgeben, denn es ist ein Kampf um die Köpfe. Wir dürfen uns aber auch nicht lächerlich machen, indem wir unser Programm auf peinliche Weise verjüngen. Die Menschen kommen schon zum öffentlich-rechtlichen Fernsehen, wenn sie etwas älter werden. Und: Die Kinder nutzen den Kinderkanal sehr intensiv.

Der allgemeinen Orientierungslosigkeit versucht man gegenwärtig im Fernsehen, vor allem bei den Privaten, mit so genannten „Helptainment-Formaten“ oder „Living-Formaten“ zu begegnen. Übernehmen jetzt die Privaten die Grundversorgung?

Wir sind in dieser Programmsparte seit eh und je unterwegs. Sie heißt bei uns ein wenig biederer: Lebenshilfe, sie heißt auch Service. Sie ist weniger laut, weniger grell, und wir versprechen den Leuten nicht, dass sie bei uns Superstar werden. Das ist auch eine vernünftige Aufteilung. Was Sie Orientierung nennen, ist eine besonders wichtige Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Ich nenne das Beispiel der ARD-Themenwoche „Krebs“. Sie ist im April dieses Jahres sehr erfolgreich gelaufen. Im nächsten Jahr zur gleichen Zeit wird die ARD-Themenwoche heißen: „Kinder sind unsere Zukunft“. Das Erste Deutsche Fernsehen,

die Dritten Programme und die bundesweit mehr als 50 Radioprogramme der ARD werden dieses Thema von allen Seiten beleuchten. Lebenshilfe im weiteren Kontext ist für alle Sender der ARD – im Radio und im Fernsehen – nicht nur in dieser einen Woche unersetzlich. Dass die kommerziellen Sender das auf andere Weise versuchen, ist in Ordnung.

Berufsethos in der Berichterstattung

Mediatisierung und Inszenierung prägen die Gesellschaft. Welche ethischen Standards sind in der Berichterstattung unbedingt einzuhalten?

Es gilt der ganz schlichte Satz, den jeder kennt: Die Würde des Menschen ist unantastbar. Daran muss sich jegliche Medienarbeit messen lassen. Ich gehöre nicht zu denen, die gerne abrechnen mit anderen und deren Sündenregister aufzählen. Ich versuche, selbstkritisch diesen Maßstab an unsere eigene Arbeit zu legen und bin damit ganz gut beschäftigt.

Terroranschläge, Tsunami, Bürgerkriege. Im Prinzip herrscht heute eine Berichterstattung auf Abruf. Vielfach junge Journalisten aus den Reporterpools jetten um die ganze Welt und berichten live in die Sender hinein. Da bleibt wenig Zeit für zuverlässige Recherchen und nachhaltige Quellenprüfungen.

Es ist ein wichtiger Vorteil des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, dass er sich ein großes und teures Korrespondentennetz in aller Welt leistet. Wenn ein Bürgerkrieg ausbricht, wenn sich eine Konfliktlage wie die zwischen Israel und Libanon entwickelt, dann kommen unsere Kollegen nicht wie die Jungfrau zum Kind zu dieser Berichterstattung, sondern es treten erfahrene Journalisten an, die die Hintergründe kennen. Sie können nicht mit derselben Präzision heute über Burundi und morgen über den Libanon berichten. In der globalisierten Berichterstattung sind wir – die ARD – sehr gut aufgestellt.

Gibt es wirklich keine Scheinexperten in der Krisenberichterstattung?

Mir ist das Scheinexpertentum eher an einer anderen Stelle aufgefallen. Da erscheint ein bis dato eher unbekannter Politologe auf dem Bildschirm, und bei ihm steht als Insert „Terrorexperte“. Er äußert sich einmal zu Fragen von Terror, und schon gilt er als Terrorexperte. Diese Entwicklung ist mir eher unangenehm aufgefallen. Vielleicht schaue ich zu wenig kommerzielle Sender. Ich sehe in erster Linie unsere Informationssendungen. Und bei unseren Reporterinnen und Reportern kann ich eine solche Entwicklung nicht feststellen.

Sie verfügen über sehr viel Erfahrung über öffentlich-rechtliche Strukturen und Gremienarbeit. Wie bewerten Sie die Rolle der kirchlichen Gremienvertreter und vor allem deren Einfluss?

Ich habe es, und da bin ich wahrscheinlich vom Glück verfolgt, überwiegend mit interessanten und interessierten kirchlichen Gremienvertretern zu tun. In dieser Hinsicht habe ich nur gute Erfahrungen gemacht.

Ist der Qualitätsstandard kirchlicher Sendungen im Fernsehen und im Hörfunk ausreichend?

Insgesamt ist eine stetige Verbesserung der Qualität zu beobachten. Als ich jünger war in diesem Beruf, waren die kirchlichen Sendungen fast überall gleich. Sie hatten einen Einheitssound. Inzwischen haben sie sich deutlich angepasst an das Programmprofil, das die jeweilige Welle hat. Ob es eine Jugendwelle ist, ein Stadtradio oder ein Kulturradio. Ich empfinde das als großen Fortschritt. Bei den Gottesdiensten im Radio höre ich ganz deutliche Unterschiede. Da gibt es eine gute Vielfalt.

Glaube ist en vogue. Viele Prominente geben öffentlich Statements dazu ab. Welche Bedeutung hat Glaube in Ihrem Leben?

Er hat eine große Bedeutung, aber ich rede über diese Bedeutung ungern öffentlich.

Erfahrungen als Intendantin

Sie sind jetzt dreieinhalb Jahre Intendantin des RBB. Die Fusion von Sender Freies Berlin und Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg war gewiss - zumindest streckenweise - eine Tortur. Wenn Sie jetzt ein erstes Fazit ziehen: Ist das Glas halb voll, oder ist es halb leer?

Das Glas ist voller als halb voll. Der Anfang war nicht ganz einfach, das Wort Tortur würde ich nie verwenden. Aber jetzt im vierten Jahr zeigt sich, dass vieles, was ich erhofft, erwünscht und erträumt habe, doch vorankommt. Es musste ein harter Anfang sein, weil eine Fusion lediglich in euphorischen Vorbetrachtungen alles ganz einfach zum Besseren wendet. Fusion bedeutet aber erst einmal Kräfte zehrende Arbeit, Verlust von Besitzständen, finanzielle Probleme, große Enttäuschungen bei denen, die sich alles anders vorgestellt haben. Doch zeigen sich jetzt so einige Ergebnisse, die ich mir vorgestellt habe, als ich diese Aufgabe übernommen habe. Und das fühlt sich ganz gut an.

Warum war es bei Ihnen hier in Berlin schwieriger als bei der Gründung des Südwestrundfunks nach der Fusion von Süddeutschem Rundfunk und Südwestfunk?

Der SWR hat erfreulicherweise sehr hohe Gebühreneinnahmen. Der Südwesten ist ökonomisch einfach sehr stark. Berlin und Brandenburg sind eine arme Region.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk muss sparen. Warum spart er in der Kultur?

Ich kann das so nicht sehen, dass wir an kulturellen Sendungen sparen. Wir hatten und haben hier beim RBB ein ganz hartes Sparprogramm, und wir haben es geschafft, 70 Prozent unserer Sparsumme jenseits des Programms einzusparen. Die Programme hatten und haben nur 30 Prozent zu tragen. Das finde ich schon einmal ein sehr gutes Ergebnis. Natürlich tragen auch die anderen Bereiche des RBB mittelbar zum Programm bei. Wenn keiner Reportagereisen abrechnet, dann kann man sie auch nicht machen. Andererseits: Diejenigen, die uns auffordern zu sparen, härter zu sparen, möchten nicht gerne sehen, dass Sparen irgendwann auch Konsequenzen hat.

Sie gelten als Frauenförderin.

Selbstverständlich. Ich versuche, Frauen zu fördern. Weil ich davon überzeugt bin, dass es allen Unternehmen gut täte, wenn es mehr Frauen in Führungspositionen gäbe. Aber ich versuche nicht, Frauen zu fördern, allein um Frauen zu fördern. Ich möchte, dass es einen Ausgleich gibt. Und Frauen waren eben viel zu lange sehr unterrepräsentiert. Teilweise ist das bis heute so. Sehen Sie sich nur die Führungsetagen der Medien an. Bascha Mika von der taz ist die einzige Chefredakteurin einer Tageszeitung. Keine Frau ist Chefredakteurin eines Magazins.

Sie sind die erste Frau im Olymp der Intendanten in Deutschland. Wissen die Herren das zu schätzen?

Die Intendanten der ARD sind Mitglieder einer Arbeitsgemeinschaft. Es mag Freundschaften unter den Intendanten geben, aber - wie Sie wissen - beim Geld hört die Freundschaft auf. Und das geht nicht entlang der Geschlechtergrenzen, sondern es geht schlicht und einfach nach Interessen. Wenn ich eine Interessensidentität mit jemandem habe, dann bin ich leicht mit ihm in einer Koalition. Und wenn ich etwas will, was die anderen nicht wollen, dann bin ich draußen. Das ist so wie im richtigen Leben. Da unterscheiden sich die Intendanten in nichts von Bischöfen, Sportfunktionären oder Unternehmensberatern.