

Zeitschrift: Schweizerische Kirchenzeitung : Fachzeitschrift für Theologie und Seelsorge
Herausgeber: Deutschschweizerische Ordinarienkonferenz
Band: 180 (2012)
Heft: 20

Heft

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 11.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Schweizerische Kirchen- Zeitung

100 JAHRE «FRAUENBANDE»

Das Jahr 1912 war für die katholische Schweiz in mehrfacher Hinsicht wichtig. Am 21. Mai dieses Jahres gründeten katholische Frauen während der ersten Delegiertenversammlung in Luzern den «Schweizerischen Katholischen Frauenbund» (SKF) – mit 26 423 Mitgliedern von allem Anfang an ein respektabler Verein. «Die katholischen Frauen der Schweiz sollen eine Macht repräsentieren. Sie sollen protestieren können gegen Gesetze, die ihre Grundsätze verletzen, und auf sozialem Gebiet danach streben, das Los der Frauen zu verbessern», eine Zielsetzung, die man vor hundert Jahren so (noch) nicht unbedingt erwartet hätte. Im September des Gründungsjahres trafen sich 7000 Frauen in Einsiedeln, wo neben einem Festgottesdienst das staatsbürgerliche Thema «Nutzbringende Durchführung der Bestimmungen des neuen ZGB» ein Hauptpunkt der Tagung war, «ein deutliches Zeichen, dass sich Frauen nun nicht mehr nur mit familiären und kirchlichen Themen befassen würden», wie die gegenwärtige Präsidentin Rosmarie

Koller-Schmid in ihrem Vorwort im Jubiläumsbuch «FrauenBande. 100 Jahre Schweizerischer Katholischer Frauenbund» (rex verlag luzern 2012, 80 Seiten) schreibt, auf das auch in den folgenden Ausführungen Bezug genommen wird.

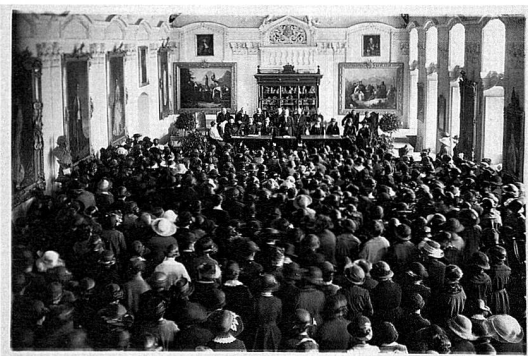
Verschiedene Stossrichtungen

Ein Grund für die Gründung des SKF war die Tatsache, dass damalige neutrale Dachverbände kaum Verständnis für die Forderungen der katholischen Glaubens- und Sittenlehre aufbrachten. Andererseits wurde mit den Bemühungen um die Gründung einer gesamtschweizerischen katholischen Partei, die drei Wochen nach der Gründung des SKF stattfand, die Frauenfrage innerhalb des 1904 gegründeten Schweizerischen Katholischen Volksvereins wieder aktuell.

Nach dem sehr erfolgreichen Frauentag im September 1912 wurden in Einsiedeln auch 1921, 1924 und 1929 solche Frauentage durchgeführt. Bereits 1917 erfolgte vom SKF zusammen mit den Lehrschwestern von Menzingen die Gründung der sozial-caritativen Frauenschule in Luzern, der heutigen Hochschule Luzern – Soziale Arbeit. 1928 eröffnete der SKF das Kurhaus Hof in Gersau, das bis 2002 armen und erholungsbedürftigen Frauen zu Ferien verhalf. Ende 1928 gehörten dem SKF 778 Vereine mit 105 482 Mitgliedern an. Im gleichen Jahr beteiligte sich der SKF an der ersten «Schweizerischen Ausstellung für Frauenarbeit» (SAFFA), welche die Bedeutung der Frauenarbeit für die gesamte Volkswirtschaft aufzeigen wollte.

1936 wurde mit Franziskus von Streng ein Bischof zum Protektor des SKF, der sich sehr aktiv in den SKF einbrachte. So wurden seine morali-

Der 3. Frauentag in Einsiedeln 1924 (StALU, PA 439/22).



345
100 JAHRE SKF

347
LESEJAHR

349
BROSCHÜRE
«WIE GEHEN
WIR MIT DEN
MEDIEN UM?»

373
AMTLICHER
TEIL

100 JAHRE SKF

schen Schriften durch den SKF verlegt, und er beteiligte sich an der Durchführung von Ehekursen.

Trägerin der Katholischen Aktion und Förderin des Frauenstimmrechts

1937 übertrug die Schweizer Bischofskonferenz dem SKF die Durchführung der Katholischen Aktion für die Frauen, womit der SKF praktisch zum Dachverband der katholischen Frauenvereine wurde. Die Frauen aber wurden an der kurzen Leine gehalten, und es war bereits ein Erfolg, als der SKF 1946 in Sachen Frauenstimmrecht «Stimmfreigabe» bekannt geben konnte. Noch 1945 verbot Franziskus von Streng dem SKF den Abdruck einer Papstrede, worin Pius XII. die Italienerinnen ermunterte, sich an den Wahlen zu beteiligen. Die Einführung des Frauenstimmrechts war aber auch innerhalb des SKF nicht unbestritten. Die Schwyzer Juristin Elisabeth Blunschy-Steiner verteidigte schliesslich 1958 als neue SKF-Präsidentin das Ja zum Frauenstimmrecht, das aber erst 1971 Wirklichkeit werden sollte. Weniger erfolgreich war der Einsatz für eine Mutterschaftsversicherung, erfolgreicher dann der Einsatz von Blunschy-Steiner für das neue Familienrecht mit dem Entscheidungsrecht beider Elternteile, was damals noch auf den Widerspruch von Albert Ziegler SJ stiess.

Ökumene, Erziehung und Hilfswerke

Die Zusammenarbeit des SKF mit anderen Frauenverbänden wurde in den 1950er- und 1960er-Jahren immer selbstverständlicher. An der SAFFA 58 fanden im überkonfessionellen SAFFA-Kirchlein mit dem gemeinsamen Mittagsgebet gemäss der Jubiläumsschrift die ersten ökumenischen Gottesdienste der Schweiz überhaupt statt, ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur intensiveren Zusammenarbeit mit anderen konfessionellen Frauenverbänden, der 1971 zur Gründung von «Schritte ins Offene» mit dem Evangelischen Frauenbund der Schweiz führte.

Weniger eindeutig war die Haltung zur Frage der erwerbstätigen Mütter, auch wenn sich der SKF für die Lohnleichheit zwischen Mann und Frau einsetzte. Besonders wichtig waren die Bereiche Mädchenbildung und Erziehung, darin besonders die weibliche Berufsausbildung, die bis in die 1960er-Jahre hinein keine Selbstverständlichkeit war. Der SKF warnte aber auch vor den Gefahren der neuen Medien Radio und Fernsehen, ja selbst vor den populären Globi-Büchern.

Der 1957 von Pius XII. von der FAO übernommene und an die katholischen Frauenverbände gerichtete Aufruf, sich an der Bekämpfung des Hungers zu beteiligen, führte 1958 zur Einführung des Elisabethenopfers. 1974 wurde im Kampf gegen den Schwangerschaftsabbruch ein «Fonds für

schwängere Frauen in Bedrängnis» gegründet, der später in «Solidaritätsfonds für Mutter und Kind» umbenannt wurde.

Emanzipationsbestrebungen und Kluft innerhalb des Verbandes

Mit der Einführung des Frauenstimmrechtes im Jahre 1971 ging ein wichtiger Wunsch in Erfüllung, dies bedeutete aber auch, dass der SKF für politisch engagierte Frauen weniger attraktiv wurde, auch wenn der SKF mit rund 250 000 Mitgliedern ein grosses Wählerinnenpotenzial aufwies. Im Verband selbst führte das enorm breite Spektrum an Meinungen zu Spannungen, vor allem zwischen dem Zentralvorstand und der «Basis»; eine Kluft, die sich bis heute zeigt. Grund dafür bot die Frage des Schwangerschaftsabbruchs, der vom SKF immer abgelehnt, aber mit der Forderung nach Strafflosigkeit für Frauen, die einen Schwangerschaftsabbruch vornehmen, verbunden wurde. Zu Diskussionen boten und bieten die klassischen katholischen Reizthemen wie verschiedene Lebensformen, wiederverheiratete Geschiedene, Verhütung, Frauenpriestertum usw. Anlass, wo sich Differenzen mit der Schweizer Bischofskonferenz zeigten und einzelne SKF-Exponentinnen mit dem katholischen Kirchen-, Amts- und Sakramentenverständnis kollidierten. Diese Ausrichtungen führten 1992 zu einem neuen Leitbild «Für eine gerechte Zukunft», wo sich der SKF «als Forum für Frauenfragen, als konfessionellen Verband, der Kirche verpflichtet, aber eigenständig und unabhängig, als katholischen Verband, offen, umfassend und ökumenisch ausgerichtet sowie als eine politische Kraft in Gesellschaft, Staat und Kirche» bezeichnet.

Herausforderungen

Der Hauptteil der Jubiläumsschrift, die einen ehrlichen Einblick in die Geschichte des SKF bietet, will «rote Fäden in die Zukunft spinnen», wo einzelne Repräsentantinnen ihre Sicht der Dinge darlegen, betreffe dies nun anstehende Fragen in Kirche, Gesellschaft oder Politik. Diese Beiträge verdienen als «Temperaturfühler» Beachtung, auch wenn man inhaltlich nicht immer gleicher Meinung sein muss. Der SKF ist in gewisser Weise in all seiner Unterschiedlichkeit ein Biotop für Fragen, denen sich die Kirche nicht entziehen kann, sondern bei denen eine konstruktive Auseinandersetzung ansteht, und zwar von allen Seiten her. Und bei aller Kritik, die in einzelnen Punkten möglich ist, dürfen wir dem SKF dankbar sein, dass ein «Temperaturfühlen» möglich ist – ganz abgesehen vom Interesse und all der Arbeit der SKF-Frauen zu Gunsten der Kirche und der Gesellschaft, deren Intensität und Ausdauer uns Männern nur Auftrag und Vorbild zugleich sein können.

Urban Fink-Wagner

Redaktioneller Hinweis

Wegen der Veröffentlichung der Broschüre «Wie gehen wir mit den Medien um?» in der vorliegenden SKZ-Ausgabe ist es leider nicht möglich, die «Kipa-Woche»

Nr. 20 gleichzeitig zu publizieren. Dies wird in der SKZ-Pfingstausgabe Nr. 21–22/2012 nachgeholt.

Wir danken der Kommission für Kommunikation und Medien der Schweizer Bischofskonferenz für die Zusammenarbeit und Unterstützung bei der Publikation der erwähnten Broschüre.

EIN ORT DER MYSTIK

Dreifaltigkeitssonntag: Mt 28,16–20

Der Anfang und der Schluss von Büchern hat es immer in sich. Meisterwerke werden vor allem an ihren Anfängen und Enden sichtbar. Oft ist es auch so, dass nur die Anfänge und die Schlüsse wirklich bekannt sind. Sollen die Anfänge von Büchern die Lesenden packen und mit der Handlung fortreißen, so ist es die Aufgabe eines Buchendes, die Lesenden wieder ins Leben und in die Zukunft zu entlassen. Der heutige Abschnitt aus dem Matthäusevangelium tut dies mit einem allumfassend formulierten Missions- und Verkündigungsauftrag an die Jüngerinnen und Jünger und einer Formel, aus der sich in den späteren Jahrhunderten das Bekenntnis der Kirche zur Dreifaltigkeit Gottes entwickeln sollte, deren Fest wir heute feiern.

Wie es in den Schriften geschrieben steht

Die Szene beginnt mit einem Rückverweis auf den Ostertag. Jesus hat den Jüngern aufgetragen, nach Galiläa zu gehen. Sie kommen dort zu dem «Berg, den Jesus ihnen genannt hatte» (Mt 28,16). Sie werfen sich vor ihm nieder (Mt 28,17). Der zweite Teil des Abschnittes besteht aus der Rede Jesu. Sie setzt sich aus drei Teilen zusammen. Auf eine Aussage über sich selbst in Mt 28,18 («Mir ist alle Macht gegeben im Himmel und auf der Erde») folgt der Auftrag an die Jünger, alle Völker zu Jüngerinnen und Jüngern zu machen, zu taufen und zu unterweisen (Mt 28,19f.). Sie sollen diese Taufe im Namen des Vater, des Sohnes und des heiligen Geistes spenden. Mit dieser Formulierung nimmt Matthäus etwas aus dem Anfang seines Evangeliums wieder auf, nämlich Jesu Taufe durch Johannes im Jordan: «Kaum war Jesus getauft und aus dem Wasser gestiegen, da öffnete sich der Himmel, und er sah den Geist Gottes wie eine Taube auf sich herabkommen. Und eine Stimme aus dem Himmel sprach: Das ist mein geliebter Sohn, an dem ich Gefallen gefunden habe» (Mt 4,16f.). Jede Taufe ist so eine Erinnerung an die Taufe Jesu. Den Schluss bildet eine Zusage an die Jüngerinnen und Jünger, die auch den Abschluss des Evangeliums ausmacht: «Seid gewiss: Ich bin bei euch alle Tage bis zum Ende der Welt» (Mt 28,20). Diese Zusage gilt auch uns heute.

Ich möchte die Aufmerksamkeit auf zwei Details dieses Textes lenken. Ein irritierendes Element im Text ist der Verweis des Evangelisten auf einen Berg: «Die elf Jünger gingen nach Galiläa auf den Berg, den Jesus ihnen genannt hatte» (Mt 28,16). Welchen Berg meinte Jesus damit? In keiner Szene der Passion oder der Erzählung vom leeren

Grab nennt Jesus seinen Jüngerinnen und Jüngern einen Berg als Ort der Begegnung. Ist Matthäus da ein Fehler passiert? Oder ist dieser Berg nur eine kleine Nebensache? Berge spielten in der israelitischen und der jüdischen Tradition immer schon eine grosse Rolle. Da ist einerseits der Gottesberg am Sinai, auf dem Mose und mit ihm ganz Israel die Tora erhält (Ex 19,11). Auch der Jerusalemer Tempel stand auf einem Berg, dem Berg Moriya (2 Chr 3,1). In frühjüdischer Zeit gibt es eine Reihe von Erzählungen über Visionen auf einem Berg in Galiläa. Ein Beispiel ist die jüdisch-hellenistische Schrift der Testamente der zwölf Patriarchen. Der Patriarch Levi wird im Traum auf einen Berg in Galiläa versetzt. Er hat auf diesem Berg eine Vision und wird von einem Engel Gottes durch die Himmel geführt. Dieser Engel offenbart Levi auch seine künftige Mission: «...du wirst nahe bei dem Herrn stehen und wirst sein Diener sein und wirst den Menschen seine Geheimnisse verkündigen, und über den, der Israel erlösen soll, wirst du Botschaft bringen. Und durch dich und Juda wird der Herr unter den Menschen erscheinen, rettend unter ihnen jegliches Geschlecht der Menschen. Und von dem Anteil des Herrn wirst du deinen Lebensunterhalt haben, und er selbst wird dein Acker, Weinstock, Früchte, Gold, Silber sein» (Testament Levi 2). Die Ähnlichkeit zum Abschluss des Matthäusevangeliums ist auffallend. Beide Erzählungen handeln von einer Sendung, einer Mission. In beiden Texten ist die gesamte Menschheit das Ziel der Sendung. Das Testament Levi schöpft aus den Quellen früher jüdischer Mystik und Apokalyptik. Ebenso offensichtlich Matthäus.

Ein zweites Element, das ich näher betrachten möchte, ist, dass sich die Jüngerinnen und Jünger vor Jesus niederwerfen. Das griechische Verb «niederwerfen» (*proskyneō*) wird für die Achtung verwendet, die gegenüber einem König zu erweisen ist (Mt 2,2,10). Es bezeichnet aber auch die Art, wie der Gott Israels verehrt werden soll (Mt 4,10). Das erste der zehn Gebote des Ersten Testaments bezieht sich genau darauf: «Du sollst dich nicht vor anderen Göttern niederwerfen und dich nicht verpflichten, ihnen zu dienen» (Ex 20,5; Dtn 5,9). Das Sichniederwerfen ist eine sehr starke religiöse Geste, die eine absolute Unterwerfung und Verehrung bezeichnet. Immer wieder werfen sich Menschen vor Jesus nieder. Ein Aussätziger wirft sich vor Jesus nieder und bittet ihn um Heilung (Mt 8,2). Ein Synagogenvorsteher wirft sich ebenfalls vor Jesus

nieder und bittet ihn, seine tote Tochter wieder lebendig zu machen (Mt 9,18). Im Matthäusevangelium schliesst sich mit dem Niederwerfen der Jünger ein Kreis. Im zweiten Kapitel kommen die Weisen aus dem Osten nach Palästina, um sich vor dem König der Juden niederzuwerfen (Mt 2,2,10). In der Mitte des Evangeliums werfen sich die Jünger und Jüngerinnen vor ihm nieder, als er ihnen auf dem Wasser gehend begegnet und zu ihnen ins Schiff steigt (Mt 14,33). Auch am Ostertag werfen sich die Jünger vor Jesus nieder (Mt 28,9). Das Verb weist darauf hin, wie Matthäus Jesus gesehen haben möchte: Er spricht von Jesus in der Terminologie Gottes. Der Auftrag, alle Völker zu taufen, ist die Konsequenz aus der Überzeugung des Ersten Testaments, dass der Gott Israels der Gott aller Völker sein werde. Der Ort der letzten Begegnung ist ein bevorzugter Ort früher jüdischer Mystik. Wenn Mystik die unmittelbare Erfahrung Gottes ist, passt das sehr gut. Matthäus kann hier an jüdische Traditionen anknüpfen.

Mit Matthäus im Gespräch

Wie nebenbei legt der Evangelist in den letzten vier Versen seines Buches eine der Grundlagen des trinitarischen Glaubens des Christentums. Allein über diese Taufformel lassen sich ohne Probleme zehn Predigten halten. Das möchte ich jedoch Dogmatikerinnen und Dogmatikern überlassen. Vielleicht wäre es spannend, eine Predigt über die Lücken und Brüche des Textes zu halten? Eine dieser Lücken ist der Verweis auf den Berg in Galiläa. Darüber wurde bereits einiges geschrieben. Eine zweite Merkwürdigkeit ist der Verweis auf den Zweifel: «Und als sie Jesus sahen, fielen sie vor ihm nieder. Einige aber hatten Zweifel» (Mt 28,17). Ist es nicht fast unglaublich, dass einige der Jüngerinnen und Jünger, die Jesus ja vor sich sahen, zweifelten? Und welche Konsequenzen hat das? Was will Matthäus damit sagen? Vielleicht heisst es einfach, dass der Zweifel immer und überall zu den Jüngerinnen und Jüngern dazu gehört. Selbst im Angesicht der Offenbarung Jesu. Oder dass eben nicht alle Mystikerinnen bzw. Mystiker sein können und es auch nicht sein müssen? Immerhin findet sich keine kritische Bemerkung an diesen Zweifelnden. Das sollte doch zu denken geben ...

Hans A. Rapp

Dr. Hans Rapp ist Leiter des Katholischen Bildungswerkes Vorarlberg im Diözesanhaus in Feldkirch.

NUR ALLE KÖNNEN ALLES

Fronleichnam: Mk 14,12–16.22–26

Die Steyler Missionare schreiben auf ihrer Homepage¹ über Fronleichnam. Sie bezeichnen Fronleichnam – nach dem Titel eines Buches von Guido Fuchs – als ein «Fest in Bewegung». «Wurde es früher in Abgrenzung von unseren evangelischen Mitchristen als ein im konfessionellen Sinne katholisches Fest gesehen» – schreiben sie – «so sind wir heute auf gutem Wege, Fronleichnam als ein im ursprünglichen Sinn des Wortes katholisches, allumfassendes Fest zu verstehen». Ich möchte der Frage nachgehen, was das Evangelium dieses Tages – im Gespräch mit dem Alten Testament und dem Judentum – dazu beitragen kann, dass das «katholischste aller Feste» in diesem Sinne noch katholischer wird? Dazu greife ich Gedanken auf, die ich bereits in einer früheren Auslegung zu den Lesungen an Fronleichnam entwickelt habe.²

«Was in den Schriften geschrieben steht»

Das Leitwort in Mk 14,12–16 ist Pascha. Viermal kommt es vor. Das Mahl Jesu mit seinen Jüngerinnen und Jüngern ist nach Markus ein Paschamahl. Damit erinnert und vergegenwärtigt es die Geschichte des Volkes Israel, den Exodus, die Befreiung aus Unterdrückung und Bedrängnis. Beschrieben ist das Paschamahl in Ex 12. Der Exodus führt dazu, dass sich das Volk Israel mit Gott verbindet, dass Gott und sein Volk einen Bund schliessen. Davon wird in Ex 24 erzählt. Auch diesen Bundesschluss erinnert und vergegenwärtigt Mk 14, und zwar in Vers 24, wo Jesus Ex 24,8 zitiert und sich ausdrücklich in diesen Bund hineinnimmt: «Dies ist mein Blut des Bundes.» So ist es sehr stimmig, dass die Leseordnung Ex 24,3–8 als Lesungstext mit Mk 14 ins Gespräch bringt. Der Bundesschluss wird in Ex 24,11 mit gemeinsamen Essen und Trinken abgeschlossen. Leider lässt die Leseordnung diesen Vers weg, der noch mehr dazu beitragen würde, das Mahl Jesu mit seinen Jüngerinnen und Jüngern so zu verstehen, dass damit der Bundesschluss am Sinai vergegenwärtigt und gefeiert wird.

Wie «Pascha» das Leitwort von Mk 14,12–16 ist, so ist *kol*, «alle/alles», das Leitwort von Ex 24,3–4. Fünfmal kommt es vor. Es geht nicht um einzelne Menschen und einzelne Worte des Bundes, hier verpflichtet sich das Volk als Gesamtheit zum Tun aller Worte. Symbolisch wird diese Gesamtheit des Volkes in den 12 Steinmalen für die 12 Stämme sichtbar (Ex 24,4). Jesus knüpft daran an, wenn er explizit mit den Zwölfen beim Paschamahl erscheint – ich lese: zu den anderen dazukommt (Mk 12,17).

Hier wird eine Besonderheit der jüdischen Gottesbeziehung deutlich, die Judith Plaskow so ausdrückt: «Israel zu verstehen, muss immer mit der Anerkennung anfangen, dass Israel eine Gemeinschaft ist, ein Volk, nicht eine Sammlung von Individuen (...). Vom

Sinai an wird die jüdische Beziehung zu Gott durch diese Gemeinschaft vermittelt. Der Jude/die Jüdin steht nicht als Einzelne/r vor Gott, sondern als Mitglied eines Volkes.»³ Diesen Bund erinnern und vergegenwärtigen Jesus, die 12 und die anderen Jüngerinnen und Jünger in Mk 14.

In dieser besonderen jüdischen, in dieser sozialen Gottesbeziehung kommt etwas grundlegend Menschliches zum Ausdruck. Für Plaskow ist es die Einsicht, dass «Menschsein in der Gemeinschaft geformt, genährt und erhalten wird (...). Mensch zu sein bedeutet (...), sich von allem Anfang an in einer Gemeinschaft vorzufinden – oder, wie das in der heutigen Welt oft der Fall ist, in einer Vielzahl von Gemeinschaften. Sich als Mensch zu entfalten, bedeutet, ein Gefühl für sich selbst in Beziehung zu anderen zu erlangen und sich aus den gemeinschaftlichen Erbteilen verschiedenes kritisch anzueignen.»⁴

Die Gemeinschaft, die mein Menschsein und meine Gottesbeziehung formt, ist keine einförmige, keine einfältige, sondern eine vielfältige Gemeinschaft. Das gilt auch für die Gemeinschaft, die sich mit Gott verbindet. Meine Formung durch diese Gemeinschaft ist kein passives Geschehen, sondern eine aktive Auswahl und Aneignung. So verwirkliche ich mich als Bundespartnerin bzw. Bundespartner. Allerdings nach biblisch-jüdischem Verständnis nur als Teil von allen. Der Text von Ex 24 legt ja den Akzent darauf, dass alle im Volk sich auf alle Worte des Bundes verpflichten. Das, was ich mir aus dem Erbe kritisch aneigne, meine Auswahl, ist nicht alles. Es wird vervollständigt durch die Auswahl der anderen. Mit ihnen bin und bleibe ich verbunden, auch wenn sich unsere Aneignung des gemeinsamen Erbes unterscheidet. Der Bund ist der Raum dafür, mit allen in Beziehung zu bleiben, die sich auf das gleiche Erbe beziehen, gehen sie auch noch so verschiedene Wege. Die Bundesbeziehung ist ganz grundlegend eine Verbindung von Verschiedenen: als Beziehung zwischen Gott und Menschen und als Beziehung zwischen Menschen. Der Bund am Sinai bedeutet Verschiedenheit zu achten und dennoch in Beziehung zu gehen. Diese Beziehung schliesst Auseinandersetzung und Streit ein, nicht aus; nicht zwischen Gott und den Menschen und nicht zwischen Menschen. Der Streit bekommt aber eine andere Qualität, wenn er im Rahmen des Bundes geführt wird, zu dem alle gehören und der nur durch alle, die sich auf alle Worte verpflichten und sie tun, verwirklicht wird.

Mit Markus im Gespräch

Jesus erinnert und vergegenwärtigt diesen Bund im Paschamahl mit den Seinen. Er nimmt sich mit seinem Blut, d.h. mit seinem Leben, in

diesen Bund mit hinein. Er spricht nach Markus mit Zitat aus Ex 24,8 vom Blut des Bundes, «das für viele vergossen wird». Das ist eine Ausweitung, keine Aufhebung des Sinaibundes. Jesus sprengt das Blut, das Mose in Ex 24 über das Volk Israel versprengt hat, gleichsam auf eine grössere Gemeinschaft, auch auf die vielen, auch auf die Menschen aus den Völkern, die Gojim oder «Heiden». Matthäus nimmt das auf, Lukas spricht seine Gemeinden aus Juden- und Heidenchristen direkt an: «für euch vergossen». Aber auch für den erweiterten Bund bleibt der alte Bund das Mass. Wir Christinnen und Christen sind «Bundesgenossen eines erneuerten Bundes, eines Bundes freilich, der sich messen lassen muss an diesem am Berg Sinai geschlossenen.»⁵

Auch im erneuerten Bund, auch im grösseren Bundesvolk sind «alle» gerufen, «all die Worte zu tun», die Gottes Weisung zum Leben sind. Alle sind gerufen, mit allen anderen, die sich auf das gemeinsame Erbe beziehen, in Beziehung zu bleiben und ihre Verschiedenheit zu achten. Nur alle zusammen können alle Worte tun und den Bund erfüllen.

Ich verstehe die Erinnerung an und die Vergegenwärtigung dieses Bundes als herausfordernde Einladung zum christlich-jüdischen und zum christlich-islamischen Dialog genauso wie zum innerchristlichen und innerkirchlichen Dialog. Diesen Bund gerade an Fronleichnam zu erinnern und zu vergegenwärtigen, ist von der Leseordnung herausfordernd gut gewählt. Auf dass dieses Fest mit seinem Mahl kein Zeichen der Abgrenzung, sondern zum Fest einer grossen Bewegung werde. Zu einem Auszug aus Begrenzungen und Einschränkungen, die Beziehung verhindern. Zu einer Einladung an die, die anders sind und die wir brauchen, um alle zu werden, die alle Worte tun wollen und können.

Peter Zürn

¹<http://www.steyler.eu/svd/seelsorge/anregung/artikel/2011/Fronleichnam-predigt.php>

²In: SKZ 177 (2009), Nr. 22–23, 396. Wieder veröffentlicht in: Schweizerisches Katholisches Bibelwerk (Hrsg.): Die siebzig Gesichter der Schrift. Auslegung der alttestamentlichen Lesungen – Lesejahr B. Freiburg i. Ue. 2011, 165–169.

³Judith Plaskow: Und wieder stehen wir am Sinai. Eine jüdisch-feministische Theologie. Luzern 1992, 107 und 110.

⁴Ebd., 107

⁵Gerhard Jankowski: Sein Volk Jissrael. Der Bundesschluss am Berg Sinai, Exodus 24,4–11 in: Texte und Kontexte. Exegetische Zeitschrift 39/1988, 3–16.

Peter Zürn, Theologe und Familienmann, ist Fachmitarbeiter der Bibelpastoralen Arbeitsstelle des Schweizerischen Katholischen Bibelwerks in Zürich.

Wie gehen wir mit den Medien um?



**Eine Handreichung für
Pfarreien, Kirchgemeinden,
Ordensgemeinschaften und
kirchliche Organisationen**

Titelbild:

Pressekonferenz mit Bischof Markus Büchel und Abt Martin Werlen OSB am 15. September 2011 in Bern zum Thema: Zwischenbericht zu den sexuellen Übergriffen in der Seelsorge (Foto Christoph von Siebenthal).

Vorwort

Täglich greifen Kirchenleute oder kirchliche Organisationen irgendwo in der Schweiz auf die Medien zu oder haben sich den Fragen von Journalisten zu stellen. Eine Aktion soll möglichst breit bekannt gemacht werden, man gibt Neubesetzungen oder Wahlen bekannt, ein frohes Ereignis oder Negativmeldungen rufen Medienleute auf den Plan. Wie richtig reagieren?

Im Auftrag der Konferenz der Vereinigungen der Orden und Säkularinstitute der Schweiz KOVOSS'CORISS und der Kommission für Kommunikation und Medien der Schweizer Bischofskonferenz wurde diese Broschüre erarbeitet, um ein paar praktische Tipps zu vermitteln im Kontakt mit Medien und Journalistinnen und Journalisten.

Printmedien

Tages-Zeitungen:

Sie haben in der Regel eine hohe Glaubwürdigkeit; sie sind nachhaltig, auf ihren Inhalt kann auch zu einem späteren Zeitpunkt zurückgegriffen werden. Sie bieten zu den Meldungen auch vertiefenden Hintergrund.

Gratiszeitungen:

Grosse Verbreitung, leicht lesbare Kürzest-Meldungen, wenig oder kein Hintergrund.

Boulevard:

Setzt den Akzent auf Personalisierung; weniger Hintergrund, dafür mehr Bilder und Emotionen.

Sonntagszeitungen:

Exklusiv-Stories, länger recherchierte Berichte.

Kirchliche Zeitschriften:

Motiviertes Insiderpublikum. Achtung: in der Regel ist frühzeitiger Redaktionsabschluss (mindestens 1–3 Wochen vor Erscheinen)

Radio

SRG:

Dem Service public verpflichtet, landesweite Verbreitung aufgeteilt in die vier Landessprachen, aber auch regionale Studios und regional-lokale Berichterstattung. In den Konzessionsbestimmungen haben die SRG-Ketten den Auftrag zur Darstellung von Politik, Kultur und Religion. Die Sender der SRG haben eine hohe Reputation und Glaubwürdigkeit. Sie bieten eigene religiöse Sendungen, teilweise von den Landeskirchen begleitet.

Lokalradios:

Privatwirtschaftlich organisiert und durch Werbung finanziert. Entsprechend lockere, unterhaltsame Programmgestaltung. Durch bestimmte Musikauswahl wird gezielt ein bestimmtes, meist jüngeres Publikum angezogen. Nur sehr kurze, regionalgestützte Meldungen. Regionales Stammpublikum.

Vielfältige Medienauswahl

Fernsehen

SRG:

Dem Service public verpflichtet, landesweite Verbreitung aufgeteilt in die vier Landessprachen, aber auch regionale Berichterstattung. In den Konzessionsbestimmungen hat das Fernsehen den Auftrag zur Darstellung von Politik, Kultur und Religion. Das Bild kann oft positive oder negative Emotionen verstärken. Manchmal ist es auch eine Prestigefrage, dass über ein Ereignis am Fernsehen berichtet wird. Eher älteres Publikum.

Regionale, private Fernsehsender:

Sie berichten in Kurzform aus ihrer Region, sie haben oft ein treues aber kleines Stammpublikum.

Internet

Die meisten Medien beschäftigen eigene Internetredaktionen und führen eigene Internetportale, auf denen aktuelle Meldungen sehr schnell – und deshalb manchmal auch ungenau – aufgeschaltet werden, oft sogar im News-Ticker Stil. Grosse Verbreitung ist möglich, da das Internet nicht auf Regionen und Landesgrenzen eingeschränkt ist. Die Meldungen sind oft über eine lange Zeitdauer abrufbar.

Social Media

Internet gestützte digitale Medien, zuerst als private Vernetzung und Kommunikationsmöglichkeit gedacht, um mit einer privaten Meinung möglichst viele Personen zu erreichen, um soziale Netze aufzubauen und zu pflegen. Als Beispiele seien genannt: Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+. Diese Medien sind längst nicht mehr auf die jüngere Generationen beschränkt, ihre Verbreitung wächst rasant und sie werden inzwischen auch von Organisationen und Meinungsführern mit Erfolg benutzt. Die Social Media sind demokratische Medien, sie können von allen benutzt werden, ohne dass eine Redaktion dazwischen geschaltet ist. Für eine schnelle Verbreitung von Nachrichten sind vor allem Facebook und Twitter sehr beliebt. Allerdings sind auch die Subjektivität und die Zufälligkeit der Meldungen sehr gross.

Vielfältige Formen von Medienkommunikation

6

Nachricht oder Meldung

Sie ist kurz und sachlich (möglichst objektiv), sie ist „nüchtern“ und bringt reine Fakten und Zahlen.

Bericht

Er ist eine möglichst objektive und anschauliche Darstellung eines Ereignisses. Hier werden auch weitere Umstände und Zusammenhänge geschildert.

Kommentar

Er gibt die persönliche, subjektive Meinung des Kommentators wieder und ist deshalb auch wertend.

Interview

Der Journalist befragt einen Experten oder eine betroffene Person zu einem Ereignis; die subjektive, persönliche Meinung ist hier gefragt.

Reportage

Sie ist ein ausführlicher, ein lebendig gestalteter Bericht über ein Ereignis oder eine Person, bei der auch subjektive Elemente wie Interviews eingebaut werden können.

Wie verfasse ich eine Nachricht für die Medien?

Inhalt

Eine Nachricht konzentriert sich auf das Wesentliche. Sie muss in der Regel die wichtigsten „W-Fragen“ beantworten: **Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum?**

Am Schluss den Autor/die Autorin, die Organisation und die Handy-Nummer einer Kontaktperson für Nachfragen nicht vergessen.

Länge

In der Kürze liegt die Würze!

Je kürzer ein Beitrag, desto größer die Chance, dass er genommen wird. Wird von der Redaktion mehr Text gewünscht weil die Nachricht interessant ist, fragt sie gerne nach. Dagegen werden längere Meldungen von der Redaktion oft gekürzt oder geschnitten.

Aufbau

Das Wichtigste (oder das Besondere) gehört unbedingt an den Anfang. Der Anfang (der Leadsatz) enthält das Interessanteste, zum Beispiel das Ergebnis einer Wahl oder ein ganz neues Ereignis oder ein wichtiger Entscheid. Keine lange Einleitung, sondern „mit der Tür ins Haus fallen“! Das Ziel der Nachricht ist nur, eine wichtige Information möglichst sofort zu verbreiten.

Der Text soll knapp und verständlich sein, der Text darf keine (subjektive) Wertung und vor allem keine kirchliche Insidersprache enthalten. Für Journalisten in säkularen Medien ist die religiös-kirchliche Welt in der Regel unbekannt; so sind kirchliche Berufsbezeichnungen und deren Funktionen wie auch kirchliche Strukturen oder auch innerkirchliche Probleme meistens unvertraut und müssen erklärt werden.

Embargo (Sperrfrist)

Das Embargo (= eine Nachricht darf nicht vor einem bestimmten, angegebenen Zeitpunkt veröffentlicht werden) wird manchmal verwendet, um eine vorzeitige Publikation durch einzelne Medien vor der offiziellen Bekanntgabe eines Ereignisses (z.B. an einer Medienkonferenz) zu verhindern. In der heutigen, schnellen Medienwelt (Radio, Internet, Twitter etc.) ist ein Embargo eine heikle Sache, oft wird es auch gebrochen. Wenn es irgendwie geht, sollte man möglichst ohne Embargo arbeiten.

Was interessiert das Publikum und die Medien?

Wichtig: Überlege zuerst, wie lese ich selber die Zeitung? Wann interessiert mich ein Medienbericht? Die Interessen des Publikums (und damit die Interessen der Medien) decken sich nicht unbedingt mit den Interessen deiner Organisation. Deshalb ist es wichtig, zuerst zu fragen, welchen Gesichtspunkt, welches Detail an meinem Bericht könnte das Publikum und die Medien ganz besonders interessieren? Was ist das Besondere, was ist das Aussergewöhnliche? Dieser „Aufhänger“ ist beim Bericht besonders herauszuheben und an den Anfang des Berichtes zu stellen. Mit dem Aufhänger (falls er wirklich genügend interessant ist) kannst du das Interesse der Redaktionen wecken. Voraussetzung ist, dass du die Medien kennst, die du ansprechen willst.

Reichweite des Interesses

Es gibt Ereignisse und Veranstaltungen, die stossen lokal oder regional auf grosses Interesse und ausserhalb der Region kümmert es keinen Menschen. Andere Meldungen können kantonal, sprachregional oder gar Schweiz weit von Interesse sein. Bei Meldungen von regionalem Interesse ist der Medienkreis gezielt anzusprechen: Lokalzeitungen, Lokalradios, Regionale Fernsehsender oder bei SRF entsprechende Redaktionen wie Regionaljournale; grosse Tageszeitungen haben oft Regionale Kopfblätter, bzw. sie führen einen Lokalteil. Versuche mit diesen Redaktionen in Kontakt zu kommen.

Die Nachrichten-Redaktionen von SRF oder von grossen Zeitungen werden zwar durch Agenturen bedient, gut ist es aber immer, in wichtigen Fällen die Informationen direkt an eine Redaktion zu adressieren, schriftlich oder über E-Mail. Je nach Thema kann es wichtig sein, direkt einzelne Fachredaktionen (z.B. für Religion) zu bedienen.

Inzwischen führen viele grössere Medienunternehmen (Tagespresse, Gratiszeitung, Radio und Fernsehen) Internetportale mit eigenen Internet-Redaktionen. Es kann sich lohnen, diese direkt zu bedienen. Für Nachrichten von überregionaler Bedeutung sind Agenturen gute Verteiler: für säkulare Medien die SDA, für kirchliche Medien die KIPA.

Eine weitere Überlegung: Je nach Thema genügt es, wenn deine Meldung in rein kirchlichen Organen veröffentlicht wird. In diesem Falle genügen Pfarrblätter, religiöse Sonderspalten in Tageszeitungen und die KIPA. Um ein weites Publikum zu erreichen muss der Bericht sprachlich so gestaltet sein, dass er auch bei einem nichtkirchlichen Publikum Aufmerksamkeit weckt. Fromme Floskeln und kirchliche Insider-sprache (Fachausdrücke) haben in solchen Berichten nichts zu suchen.

Was kann ich tun, damit die Medien meinen Bericht aufgreifen?

Unterschied zwischen Journalismus und Public Relations

Die Journalisten arbeiten grundsätzlich frei, sie wählen die Themen und die Gestaltung. Public Relation (PR) ist bezahlt und transportiert die Interessen des Auftraggebers. In einer PR-Aktion wird eigens darauf hin gearbeitet, die Aufmerksamkeit der Medien auf sich zu lenken. Findet deine Botschaft kaum öffentliches Interesse kann unter Umständen ein besonderes Ereignis (Event) geschaffen werden (zum Beispiel eine Preisverleihung), um das Interesse der Öffentlichkeit und der Medien zu wecken. Anlässlich eines solchen Ereignisses kann dann die erwünschte Botschaft (z.B. über deine Organisation) mit transportiert werden.

Social Media

Facebook und Twitter sind heute die Gelegenheit, sehr schnell Nachrichten und Meinungen zu verbreiten. Ich kommuniziere in sozialen Netzen mit Menschen wie du und ich, wobei die Kommunikation gegenseitig ist, gleich wie bei Gesprächen am Stammtisch oder auf dem Marktplatz.

So nicht! – Damit langweilst du garantiert dein Publikum

Wer langweilige Artikel verfasst, gespickt mit (frommen) Floskeln und dazu unverbindlich bleibt, geht zwar kein persönliches Risiko ein, aber ausser Langweile bewirkt er damit gar nichts. Schade um die Zeit! Hier einige Hinweise, wie du es nicht machen sollst, denn damit verbreitest du garantiert Langweile und vergrämst dein Publikum:

- Komm lange nicht zur Sache, mache eine schöne, langfädige Einleitung.
- Hole weit aus und erzähle dem historischen Ablauf folgend, angefangen bei Adam und Eva. So muss das Publikum das Wichtigste in deinem Bericht selber herausfinden.
- Wenn du etwas Brisantes zu sagen hast, versuche es möglichst in komplizierten Sätzen zu verschleiern oder zwischen den Zeilen in der Mitte des Berichtes zu verstecken, du könntest sonst verstanden werden und hättest Reaktionen zu befürchten.
- Wenn du um deine eigene Meinung gefragt wirst, operiere mit „sowohl als auch“ und mit dem Hinweis auf höhere Instanzen oder komplizierte, weltweite Zusammenhänge, man könnte dich sonst festnageln. – Wundere dich aber nicht, wenn du künftig von Journalisten eher gemieden wirst und deine Meinung in der Öffentlichkeit wenig interessiert.
- Und ganz speziell an Versammlungen: Das Publikum „freut“ sich immer über lange Zahlenreihen und Statistiken, die in allen Einzelheiten vorgetragen werden.

Wer wird eingeladen?

Je nach Thema werden regionale Medien (Zeitungen, Lokalradios, Regionaljournale, Regionale TV-Sender) eingeladen; ist das Thema dagegen Schweiz weit interessant, dann müssen auch Redaktionen von grossen überregionalen Zeitungen und Radio und Fernsehen SRF angeschrieben werden. In jedem Falle sind auch die Agenturen SDA und KIPA einzuladen.

Gelegenheit zur Rückmeldung

Vergiss bei der Einladung zur Medienkonferenz deine E-Mail Adresse und Telefon-Nummer nicht. Bitte um Rückmeldung, ob jemand an der Medienkonferenz teilnehmen wird oder ob nur das Mediendossier bestellt wird.

Wie wird eingeladen?

Der Mediensprecher oder die Medienverantwortliche lädt im Namen seiner/ihrer Organisation schriftlich ein per Briefpost und/oder mit E-Mail. In der Einladung steht kurz, um was es geht und vor allem welche Persönlichkeiten bei der Medienkonferenz sprechen werden und wer den Medien für Fragen und Statements zur Verfügung stehen wird. Den Termin der Medienkonferenz und Rückfrageadressen nicht vergessen!

Wann soll eingeladen werden?

Gut ist es, die Einladung etwa 10 Tage vor der Medienkonferenz zu versenden! Wichtig: Etwa 3–4 Tage vor der Konferenz nochmals telefonisch nachfragen, wenn wenige Rückmeldungen einlaufen.

Die Medienkonferenz

Wenn du etwas Wichtiges planst, von dem die breite Öffentlichkeit Kenntnis nehmen muss, oder wenn etwas geschehen ist, was die Öffentlichkeit bereits stark beschäftigt, und wenn du dazu viele Fragen erwartest, dann ist unter Umständen eine Medienkonferenz angezeigt. Ist das journalistische Interesse dagegen eher gering, dann wird sich kaum jemand an die Medienkonferenz bemühen. Zeit ist heute auch für Journalisten und Redaktionen ein teures Gut; lieber wird man es dann bei einem Telefonanruf bewenden lassen.

Termin der Medienkonferenz

Dem Termin der Medienkonferenz ist besondere Beachtung zu schenken. Ideal sind die Wochentage von Dienstag bis Donnerstag, idealerweise der Vormittag. Dauer der offiziellen Konferenz nicht länger als eine Stunde. An der Konferenz sollten maximal drei Redner sprechen, pro Redner längstens sieben Minuten Redezeit. Um 11 Uhr muss der offizielle Teil beendet sein, damit noch Zeit bleibt für Einzel-Interviews und Statements für Radio oder TV und Fotos. Wenn die Konferenz um 11.00 Uhr endet, ist es möglich, noch eine Meldung in den Mittags-News zu platzieren.

Mediendossier

Das Mediendossier wird an der Medienkonferenz abgegeben und wird anschliessend (nicht vorher) an weitere interessierte Redaktionen verschickt, welche ihr Interesse angemeldet haben. Ins Mediendossier gehören das (kurze) Referat, welches die wichtigen W-Fragen beantwortet: Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum? Je nach Umständen kommt weiteres Begleitmaterial dazu: z.B. Kurz-Biographie, statistisches Material und wenn vorhanden auch Fotos (wenn möglich auf DVD in hoher Auflösung). Unter Umständen kann auch eine kurze, fertige Pressemitteilung beigelegt werden, welche von eiligen Journalisten direkt übernommen oder als Rohmaterial verwendet werden kann; darin sind die Antworten auf die wichtigen W-Fragen ebenfalls enthalten. Wenn neue Publikationen vorgestellt werden (z.B. ein Buch, eine CD), sollten diese an der Medienkonferenz gratis abgegeben werden.

Durchführung

Die Medienkonferenz wird vom Mediensprecher, der Mediensprecherin der Organisation geleitet. Neben den vorbereiteten Informationen sollte etwa eine halbe Stunde Zeit sein, um Fragen zu beantworten. Es ist gut, wenn noch weitere wichtige Personen, auch wenn sie nicht direkt ein Referat halten, für anschliessende Fragen oder Fotos zur Verfügung stehen.

→ Wichtige Kontaktadressen auf Seite 23

In Printmedien

Hier sind die Interviews oft ausführlich. Soll das Interview über das Telefon geführt werden, dann bedinge dir bei schwierigen Fragen vorher eine kurze Bedenkzeit aus (z.B. „Rufen Sie mich in 10 Minuten wieder an“). Überlege dir, welche Aspekte des Themas angesprochen oder welche Fragen gestellt werden könnten und überlege dir kurze, prägnante Aussagen. Bleibe jedoch flexibel, vermeide Floskeln und Insidersprache.

Im Radio

Es steht in der Regel weniger Zeit für das Interview zur Verfügung als für ein Presseinterview. Kurze, prägnante Sätze sind gefragt. Frage den Journalisten vorher, für welche Sendung der Bericht gemacht wird und wie viel Zeit für deinen Text eingeplant ist. Überlege dir vorher, was deine Kernbotschaft ist und platziere die Botschaft möglichst zu Beginn in ein bis drei Sätzen. Diese Kernbotschaft muss in Varianten in den verschiedenen Medien wiederholt werden.

Im Fernsehen

Die Botschaft muss auf ganz wenige, klare und kurze Sätze reduziert werden, die du vor der Aufnahme vorbereiten kannst (Kernbotschaft). Selbstverständlich sprichst du frei, ohne abzulesen. Das Bild trägt auch eine Botschaft mit, deshalb achte auf korrekte Kleidung und saubere Schuhe. Bescheidene Kleidung wirkt in der Regel besser als ein Auftritt mit allen (kirchlichen) Statussymbolen.

Wie verhalte ich mich in einem Interview?

Weitere Hinweise

Es ist günstig, wenn man sich vor allem bei den elektronischen Medien vorher ein paar Stichworte geben lässt, damit man nicht gleich zu Beginn mit einer Überraschungsfrage überrumpelt wird.

Je nach Situation ist es unter Umständen auch gut, wenn man sich vorher mit dem Journalisten etwas austauschen kann, um ihm mitzuteilen, was man etwa sagen möchte. Immer aber offen bleiben für Überraschungsfragen und neue Wendungen im Gespräch.

Und vor allem: Bleibe kommunikativ und erzähle direkt und in kurzen Sätzen, was dein Anliegen ist. Bleibe ruhig und höflich auch bei scharfen, aggressiven Fragen. Denke daran, dass provokative (oder für dich simple) Fragen das Gespräch interessant machen und eine willkommene Gelegenheit bieten, auf einfache Art auf das einzugehen, was das breite Publikum interessiert. Vorsicht mit ironischen Äußerungen, sie werden leicht missverstanden. Keinesfalls aggressiv, besserwisserisch oder lehrerhaft antworten!

Gegenlesen

Bei schriftlicher Publikation hast du das Recht, die eigenen Zitate gegenzulesen, und zwar im direkten Kontext (ein Satz davor und ein Satz danach). Bei einer komplizierten Materie ist der Journalist/die Journalistin unter Umständen froh, wenn er oder sie dir den ganzen Bericht zum Gegenlesen geben kann; er oder sie ist dazu aber nicht verpflichtet.

Bei einem schriftlichen Interview hast du das Recht, das ganze Interview gegenzulesen. Es dürfen dabei aber keine Fragen (und die zugehörigen Antworten) herausgestrichen werden. Und bitte auch nicht in den Antworten gerade jene pointierten Sätze herausstreichen, die das Ganze erst interessant machen.

Gegenlesen bei Online-Medien (Internet) ist insofern schwierig, da diese Medien unter hohem Zeitdruck stehen. In ganz wichtigen Fällen müsste man da sehr schnell reagieren.

Theoretisch besteht das Recht auf „Gegenhören“ auch bei Radio- und TV-Interviews; in der Praxis ist dies aber meistens kaum durchsetzbar.

Gegendarstellung

Tatsachen sind heilig – Meinungen sind frei!

Wenn wichtige Tatsachen grundfalsch wiedergegeben werden, kann eine Gegendarstellung verlangt werden. Das bezieht sich aber keinesfalls auf die Beurteilung von Fakten; denn Meinungen sind frei! Ein Recht auf Gegendarstellung hat nur die betroffene Person oder die betroffene Organisation.

„Redaktionsschwanz“: Die Redaktion darf zwar die Gegendarstellung nicht verändern, sie hat aber das Recht, an die Gegendarstellung einen Text anzuhängen und selber zur Gegendarstellung Stellung zu beziehen.

Bei einer unvoreilhaften Darstellung eines Ereignisses ist eine Gegendarstellung im strikten Sinne nicht möglich. Man kann aber versuchen, eine andere Sicht der Dinge zu veröffentlichen, sei es in einem Leserbrief oder allenfalls in einem neuen Bericht, falls die Redaktion dazu bereit ist oder in einem anderen Medium. Oft ist es aber besser, auf eine Replik zu verzichten, weil damit eine unangenehme Geschichte zusätzlich hochgeschaukelt wird und dadurch eine viel höhere, unerwünschte Publizität erlangt. Die Medienleute sagen: Eine Gegendarstellung gleicht dem untauglichen Versuch, eine herausgepresste Zahnpasta wieder in die Tube zurück zu bringen (siehe dazu auch Seite 21).

Und wenn es brennt?

Kommunikation im Krisenfall

Im Krisenfall sind wir alle im ersten Moment überfordert. Denn die Krise ‚überfällt‘ uns in der Regel unvorbereitet, die Informationen sind meist unklar und dürftig, die Betroffenheit gross, das öffentliche Interesse und das der Medien massiv.

15

Kühlen Kopf bewahren – Zeit gewinnen – sichere Informationen beschaffen.

Oberster Grundsatz:

„No comment“ ist immer eine falsche Reaktion, auch wenn der Auslöser der Krise noch so peinlich und unvorteilhaft für die eigene Institution ist. Jeder Versuch, die Krise zu vertuschen, trägt letztlich nur noch zur Verschärfung bei – jede Leiche im Keller wird früher oder später ausgegraben.

Besser ist es, gegenüber den Medien klar zu signalisieren, dass man offen informieren wird. Weil das aber im ersten Moment aufgrund der fehlenden Informationen meist unmöglich ist, darf man durchaus ‚auf Zeit spielen‘, um sich einen Überblick über das Geschehen machen zu können. Gegenüber den Medienschaffenden ist es von Vorteil, eine klare Frist zu setzen, nach der Auskunft erteilt wird.

Krisenkonzept

Für alle Institutionen – egal ob Pfarrei, Ordensgemeinschaft, kirchlicher Verein – empfiehlt sich das Erarbeiten eines Krisenkonzeptes: Wer kommuniziert im Krisenfall (inkl. Stellvertretung), wer muss informiert werden, wer steht als Berater zur Verfügung, wie läuft die Nottelefon-Kette? Landeskirchen und Diözesen haben ausgearbeitete Krisenkonzepte, die als Hilfestellung dienen können.

→ Wichtige Kontaktadressen auf Seite 23

Es gilt das absolute Prinzip:
Krisenkommunikation ist
Chef-Kommunikation.

Nur gesicherte Informationen geben,
keine Gerüchte weitertragen,
keine Spekulationen anstellen –
zuerst nach innen informieren.

Wer spricht?

Eine Person gibt Auskunft, diese wird gegenüber den Medien klar bestimmt, sämtliche Anfragen sind an ihn oder sie weiter zu leiten. Daran müssen sich alle Mitarbeiter / Ordensmitglieder etc. halten. Kontraproduktiv sind divergierende Auskünfte verschiedener Personen. Sie heizen die Krise nur noch weiter an. Hingegen empfiehlt sich in den meisten Fällen die Bildung eines Krisenstabs, um möglichst viele Infos in möglichst kurzer Zeit zusammen zu tragen und die Kommunikation im Team zu besprechen.

Was sagen?

Gerüchte gehören zur Krise wie die Butter aufs Brot. Als Gegenmittel helfen nur sichere Fakten. Eigene Spekulationen über die Ursachen der Krise, die weiteren Auswirkungen, die Schuldigen, die Geschädigten etc. tragen nur zu neuen Gerüchten bei. Bevor eine Information an die Medien erfolgt, müssen unbedingt die eigenen Leute informiert sein. Es ist für das Binnenklima sehr schädlich, wenn Kollegen, Mitarbeiter, Ordensbrüder und -schwestern über einen Krisenfall zuerst via Medien erfahren. Vor jeder Kommunikation sind Fragen des Persönlichkeitsschutzes Betroffener abzuklären, ev. auch mit einem Juristen.

Krisenkommunikation:

5 Grundregeln

Empathisch – klar – ehrlich

Rasch –
kontinuierlich –
phasengerecht

Krise oder Chance?

Wie sprechen?

In einer ersten Reaktion darf der Ausdruck des Mitgefühls gegenüber den Betroffenen / Geschädigten auf keinen Fall fehlen. Es muss deutlich sein, dass wir selbst die Krise als Krise ernst nehmen.

Die Informationen sollen sich aufs Wesentliche beschränken: keine ausschweifenden Erklärungen, kein langes Lamento, keine Ablenkversuche. Stattdessen knappe, ehrliche, dem Stand der Informationen entsprechende Auskünfte.

Wann sprechen?

Jede Krise hat verschiedene Phasen. In der ersten Phase, dem unmittelbaren Ausbruch der Krise, gilt es rasch zu reagieren. So bald gesicherte Informationen vorliegen, die Betroffenen und internen Mitarbeiter informiert sind, gilt es gegenüber den Medien Auskunft zu erteilen. Je nach Entwicklung der Info-Lage muss die Medieninformation kontinuierlich fortgesetzt werden. Ist die unmittelbare Krise überwunden, kommt die Phase der Aufarbeitung. Sie bietet aus der relativen Distanz die Chance zu zeigen, was man aus der Krise gelernt hat.

Was soll vermittelt werden?

Zusammenfassend hier die Grundbotschaften, die es im Krisenfall glaubwürdig zu vermitteln gilt:

- Ja, wir haben ein Problem.
- Wir wissen, wo das Problem liegt.
- Wir arbeiten an der Behebung des Problems.
- Wir haben die Kompetenz, das Problem zu lösen.
- Wir informieren umfassend, umgehend und transparent.

Gelingt die Vermittlung dieser Botschaften, ist das gelungen, was im Medienjargon heisst: „Aus Zitrone Limonade machen.“ Dann zeigt sich, dass jede Krise auch eine Chance birgt.

- Wichtige Kontaktadressen auf Seite 23

Internet-Auftritt einer Institution

Ein eigener Internet-Auftritt ist heute für jede Organisation eine Selbstverständlichkeit wie eine eigene Telefonnummer. Im Gegensatz zu einer neutralen Telefonnummer verrät aber eine Internetseite einiges über die dahinterstehende Organisation, sie ist so etwas wie die Visitenkarte. Ganz wichtig: Die Internetseiten müssen betreut werden, die Daten müssen aktuell sein, die Informationen und Kontakt-Adressen benutzerfreundlich und leicht auffindbar.

Werden Internetauftritte neu gestaltet, ist zuerst abzuklären, an welches Publikum sich die Seiten richten sollen. Entsprechend sind die Bilder und die Texte auszuwählen und die Grafik aufzubauen. Die Grafik sollte professionell gestaltet sein. Wer wenig Erfahrung hat in Internetgestaltung, sollte die Hilfe von Experten in Anspruch nehmen. Der Katholische Mediendienst in Zürich bietet zum Beispiel solche Hilfestellungen an.

Individuelle Nutzung des Internets

Heute stehen Institutionen wie Privatpersonen eine Vielzahl von Möglichkeiten zur Verfügung, das Internet zu nutzen: Private Homepages, Blogs, Social Media wie Facebook und Twitter, Google+, LinkedIn usw.

Auf diesen Seiten werden beliebige Informationen und freie Kommentare weitergegeben über Ereignisse in Welt und Kirche durch Texte, Bilder und Videos. Interessante Informationen werden von beliebigen Personen kommentiert oder verlinkt und an neue Kreise weitergegeben. Es kommt so zu einem öffentlichen und freien Austausch von Informationen und Meinungen, die nicht zensuriert werden können. Es ist eine neue Kommunikationslandschaft entstanden, welche sich der Kontrolle sowohl staatlicher und kirchlicher Systeme wie auch der Filterung durch Redaktionen weitgehend entzieht. Aber diese neue Kommunikationslandschaft birgt auch neue Probleme. Die Unübersichtlichkeit nimmt rasant zu, Fakten, subjektive Urteile und bewusst gestreute Falschinformationen sind für den Nutzer immer schwerer zu unterscheiden, Möglichkeiten für Missbrauch (z. B. von persönlichen Daten) nehmen zu.

Das Internet stellt alles auf den Kopf

Vom Lehren zum Hören

Die rasante technologische Entwicklung (Mobil, Smartphones, Tablets u.ä.) und die weltweiten Zuwachsraten der Social Media (nicht nur bei jungen Menschen!) haben enorme Auswirkungen auf das Medienverhalten: Überall vernetzt, immer online, permanente Möglichkeit, selbst die Inhalte der Kommunikation zu beeinflussen, Verschmelzung von Arbeit und Freizeit, von privater und öffentlicher Kommunikation – all das stellt eine wahre Revolution der Kommunikation dar, deren weitere Entwicklung wir kaum erahnen können.

Das klassische Kommunikationsmodell, welches von der Vermittlung einer Botschaft zwischen Sender einerseits und Empfänger andererseits ausgeht, hat ausgedient. Mit den modernen Kommunikationsmitteln können auch die Empfänger gleichzeitig Sender sein und umgekehrt; der Mediennutzer kann die Inhalte nicht nur passiv konsumieren, sondern selbst aktiv Botschaften versenden, kommentieren, ergänzen und verbreiten.

Dies stellt nicht nur für die klassischen Medien wie Fernsehen oder Zeitungen eine gewaltige Herausforderung dar, sondern in besonderer Weise auch für die Kirche(n). Bildlich gesprochen predigt der Pfarrer nicht mehr einsam auf der Kanzel und die Herde hört brav zu, sondern beide, Pfarrer wie Gemeinde, können in einen aktiven Dialog eintreten. Die lehrende Kirche muss noch vermehrt auch hörende Kirche werden, will sie den Herausforderungen der heutigen Kommunikation gerecht werden.

Gefragt ist eine neue, geschwisterliche Kommunikationskultur mit lehrenden und hörenden auf beiden Seiten. Ob wir als Kirche lernen, die Chancen dieser neuen Kommunikationswelt zu sehen und zu nutzen, den Dialog zuzulassen und zu fördern, davon hängt nicht zuletzt die Glaubwürdigkeit unserer Kommunikation ab. Natürlich birgt die neue Kommunikationswelt auch Gefahren, wie im vorherigen Abschnitt beschrieben. Darum gilt: Prüfet alles und behaltet das Gute.

Beobachtung der Kommunikationsflüsse

Es ist deshalb empfehlenswert, das Kommunikationsgeschehen in diesen neuen Medien regelmäßig zu beobachten und sich gegebenenfalls auch in die Diskussion einzubringen. Weder die Verweigerung gegenüber den neuen Kommunikationsmitteln ist angebracht, noch ein naiver und unkritischer Umgang damit.

Gleiche Interessen von Kirche und Medien

Oft geht die Initiative von der Kirche aus: Die Kirche benutzt Medien, um die eigene Botschaft zu verbreiten oder über eigene Tätigkeiten zu berichten. Manchmal geht die Initiative von den Medien aus: Die Medien berichten über besondere Personen, Aktivitäten und positive Ereignisse in der Kirche und bieten der Kirche so eine willkommene Gelegenheit, sich einer breiten Öffentlichkeit darzustellen.

Unterschiedliche Interessen von Kirche und Medien

Die Medien erfüllen ihren journalistischen Auftrag, in dem sie auch über unangenehme Vorkommnisse aus dem Leben der Kirche berichten. Die Medien tragen damit bei, gesellschaftliche Vorgänge transparent zu machen und ermöglichen damit den Menschen, sich eine eigene Meinung zu bilden. Das ist eine wichtige Voraussetzung für das freie und mündige Zusammenleben der Menschen in jeder Gesellschaft.

Es schadet der Glaubwürdigkeit der Kirche, wenn sie versucht, sich diesen Vorgängen zu entziehen, indem sie die Arbeit der Medien behindert durch Verschleierung, durch nichtssagende Formulierungen oder gar durch Lügen. Auch in unangenehmen Situationen ist die Kirche gut beraten, wenn sie sich dem öffentlichen Diskurs stellt. Nur so kann sie verspieltes Vertrauen wieder gewinnen.

Grundsätzliches zum Verhältnis von Kirche und Medien

Beide, die Kirche und die Medien, haben den Auftrag zu kommunizieren und deshalb sind beide oft herausgefordert, zusammen zu arbeiten. Beide Lebenswelten gehorchen je eigenen Gesetzmässigkeiten. Sie sind einerseits unabhängig voneinander und andererseits aufeinander angewiesen. Je besser das Verhältnis zwischen den beiden Lebenswelten spielt, desto grösser der Gewinn für die Öffentlichkeit.

Unfaire Berichte

Es kommt allerdings auch vor, dass kirchliche Ereignisse oder Personen das Opfer von unfairer und verzerrter Berichterstattung werden. Es gibt Berichte, welche spekulativ auf Verkaufsquoten zielen oder auch mit Häme anti-kirchliche Reflexe ausspielen.

Wie reagieren?

Es ist möglich direkt bei einer Redaktion vorstellig zu werden und zu reklamieren und in schwerwiegenden Fällen eine Entschuldigung oder eine Gegendarstellung zu verlangen. Ist die Antwort unbefriedigend, gibt es bei Radio und Fernsehen (sowohl bei den Privaten wie bei der SRG) Ombudsstellen, bei denen geklagt werden kann. Es sind aber nur Klagen von direkt Betroffenen zulässig. Ist man mit der Antwort der Ombudsstelle nicht zufrieden, kann die Klage an die Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (UBI) weiter gezogen werden.

Wenn nicht offensichtliche Unwahrheiten kolportiert werden, die zwingend korrigiert werden müssen, ist gut abzuwägen, ob eine direkte **Gegendarstellung** gefordert werden soll; meistens ist davon eher abzuraten (vgl. Seite 14). Gereizte Gegendarstellungen und Gegenangriffe, zum Beispiel in Leserbriefen, Communiqués oder andern Medien dürften zur Schadenfreude des Publikums den Konflikt erst recht hochschaukeln.

Besser ist, einen grösseren Zeit-horizont zu überblicken und sich da um eine sachliche und positive Medienpräsenz der Kirche und ihrer Mitarbeiter zu bemühen. Einzelne, negative Schlagzeilen gehen schnell wieder vergessen wenn sich die Kirche grundsätzlich um transparente und glaubwürdige Kommunikation bemüht.

Grundlagentexte zum Thema „Kirche und Kommunikation“

Kirche Schweiz

- Erklärung der Schweizer Bischofskonferenz über die Bedeutung der kirchlichen Medienarbeit (2008)
- *Medien – entscheidend für den Dialog zwischen Kirche und Welt*. Positionspapier von Fastenopfer und RKZ zur kirchlichen Medienarbeit auf sprachregionaler und gesamtschweizerischer Ebene (2008)

Weltkirche

- „Communio et Progressio“: Diese „Magna Charta der Kommunikation“ der nachkonziliaren Kirche (veröffentlicht 1971 im Auftrag des Konzils) ist zwar bezüglich der technologischen Entwicklung nicht mehr auf dem neuesten Stand, aber in ihren grundlegenden Aussagen noch heute wegweisend
- „Aetatis novae“, die Fortschreibung von „Communio et Progressio“ aus dem Jahr 1992

Alle diese Dokumente finden sich auf

🌐 www.kommission-medien.ch/grundlagen-dokumente.

Auf der Homepage des Päpstlichen Rates für die sozialen Kommunikationsmittel finden sich eine Fülle von Grundlagentexten zu verschiedensten Aspekten der Medien und der Medienarbeit:

🌐 www.pccs.va

Adressen

- Katholische Nachrichtenagentur KIPA, Zürich
☎ +41 44 204 17 84, ✉ kipa@kipa-apic.ch
🌐 www.kipa-apic.ch
- Schweizerische Depeschenagentur SDA, die nationale Nachrichtenagentur mit Redaktionen in Aarau, Basel, Bern, Bellinzona, Biel, Chur, Freiburg, Genf, Lausanne, Luzern, Neuenburg, Sitten, St. Gallen, Zürich.
☎ 031 309 33 33 ✉ contact@sda.ch
Alle Adressen der Regionalredaktionen:
🌐 www.sda.ch/de/kontakt/redaktion/
- kath.ch, das deutschsprachige katholische Internetportal, getragen vom Katholischen Mediendienst
☎ 044 204 17 70 ✉ mediendienst@kath.ch
🌐 www.kath.ch
- Arbeitsgemeinschaft der Pfarrblattredaktionen mit den Adressen der deutschsprachigen Pfarrblätter:
☎ 061 363 01 70 ✉ sekretariat@kirche-heute.ch
🌐 www.kath.ch/arpf/

Medienschaffende aus meiner Region, meinem Tätigkeitsfeld:

Kirchliche Medienstellen und Informationsbeauftragte

Die Adressen finden Sie hier:

- 🌐 www.kommission-medien.bischoefe.ch/kirchliche-medienstellen

Ansprechpersonen bei kirchlichen Organisationen

Es ist von Vorteil, wenn kirchliche Organisationen eine Person bestimmen (Medienbeauftragte/r), welche sich um die Öffentlichkeitsarbeit der Organisation kümmert und bei Anfragen von Medienleuten zur Verfügung steht und je nach Bedarf den Kontakt zu Medienleuten pflegt. Eine solche Person kann eine wichtige PR-Funktion für die Organisation ausüben, dazu könnte zum Beispiel gehören: der Kontakt mit Journalisten und Redaktionen, die Pflege und Aktualisierung der Internetseiten, die Bereitstellung und Pflege von Informations- und Bildmaterial. Für grössere Werbeaktionen ist aber die Zusammenarbeit mit einer professionellen Werbeagentur unabdingbar.

Last but not least

Journalisten und Journalistinnen sind auch nur Menschen!

Sie sind Menschen und reagieren wie Menschen, sie erleben in ihrem Beruf manchmal Stress, und manchmal stehen sie unter Zeit- und Erfolgsdruck. Die wenigsten kennen sich in religiösen Fragen besonders gut aus und sind deshalb dankbar, wenn man ihnen entgegenkommt und ihnen die Arbeit erleichtert. Fehler und Entgleisungen sind immer möglich, oft kann im gegenseitigen Gespräch manches geklärt werden.

Es gibt – wie überall – auch in diesem Beruf schwarze Schafe, welche mit verdeckten Karten spielen oder versuchen, bestimmte Situationen auszunutzen. Jedoch, die meisten Journalisten üben ihren Beruf nach berufsethischen Gesichtspunkten aus und suchen den Interessen ihres Publikums und der Gesellschaft gerecht zu werden. Diesen Journalistinnen und Journalisten gebührt hier unser Dank.

Herausgeber

Kommission für Kommunikation und
Medien der Schweizer Bischofskonferenz
🌐 www.kommission-medien.bischoefe.ch

Konferenz der Vereinigungen der
Orden und Säkularinstitute der Schweiz
KOVOSS'CORISS
🌐 www.orden-ordres-ordini.ch

Gestaltung:

Christoph von Siebenthal

Vertrieb:

Diese Broschüre kann unter www.kommission-medien.bischoefe.ch/dokumente
gratis heruntergeladen werden.

Autoren

Willi Anderau, Kapuziner, Präsident des Vereins Katholischer
Mediendienst Zürich, ehemaliger Radio- und TV-Beauftragter
der Schweizer Bischofskonferenz

Simon Spengler, Journalist und Geschäftsführender Sekretär
der Kommission für Kommunikation und Medien der Schweizer
Bischofskonferenz

Verantwortlich für die Übertragung ins Französische:
André Kolly, Präsident der Kommission für Kommunikation
und Medien der Schweizer Bischofskonferenz, ehemaliger Di-
rektor des CCRT, Lausanne

AMTLICHER TEIL

ALLE BISTÜMER

Gemeinsame Verantwortung für die Gläubigen in der Schweiz

Erstes Gipfeltreffen der katholischen und der orthodoxen Bischöfe

Am Dienstag und Mittwoch hat in Freiburg am Sitz der Schweizer Bischofskonferenz (SBK) ein besonderes Bischofstreffen stattgefunden. Erstmals trafen die Mitglieder der SBK und der Orthodoxen Bischofsversammlung für die Schweiz zusammen. Einige der Bischöfe waren sich zuvor noch nie begegnet. Im Zentrum des Treffens standen das Kennenlernen, das Gebet und der Austausch über pastorale und theologische Herausforderungen.

Immer mehr orthodoxe Christen aus unterschiedlichen Ländern leben in der Schweiz. Zwar sind die Ergebnisse der Volkszählung von 2010 noch nicht bekannt, doch dürfte ihre Zahl 150 000 deutlich übersteigen. Die wachsende Bedeutung der orthodoxen Präsenz zeigt sich auch darin, dass vielfältige orthodoxe kirchliche Strukturen in der Schweiz aufgebaut worden sind. Vor zwei Jahren wurde die Orthodoxe Bischofsversammlung für die Schweiz gegründet. Die Schweizer Bischofskonferenz zählt zwölf Mitglieder, die Orthodoxe Bischofsversammlung für die Schweiz vereinigt sieben Bischöfe.

Katholische und orthodoxe Kirchen verstehen sich als Schwesternkirchen, sind sich aber uneinig im Verständnis des Petrusamtes des Bischofs von Rom. In den Vorträgen des Präsidenten der Schweizer Bischofskonferenz (SBK), Bischof Norbert Brunner, und des Vorsitzenden der Orthodoxen Bischofsversammlung für die Schweiz, Metropolit Jeremias Kaligiorgis, sowie im anschliessenden Gespräch wurde die zentrale Herausforderung hervorgehoben, in der Schweiz den lebendigen Glauben zu bewahren und diesen zu verbreiten. Den gemeinsamen pastoralen Herausforderungen entspricht eine gemeinsame pastorale Verantwortung für die Verbreitung des christlichen Glaubens und der christlichen Werte in Staat und Gesellschaft. Die Bischöfe waren sich in ihrem Wunsch einig, gemeinsam weiterzuarbeiten.

Übergabe der Silbernen Rose

Im Anschluss an das Treffen der orthodoxen und der katholischen Bischöfe ehrt das Ökumenische Institut der Universität

Freiburg den Apostolischen Nuntius in London, Erzbischof Antonio Mennini, mit der Verleihung der Silbernen Rose des heiligen Nikolaus. Die Auszeichnung gilt dessen Verdiensten um die katholisch-orthodoxe Verständigung in seiner Zeit als Nuntius in Moskau von 2002 bis 2010.

Freiburg i. Ü., 9. Mai 2012

+ Norbert Brunner, Präsident der Schweizer Bischofskonferenz

+ Metropolit Jérémie, Vorsitzender der Orthodoxen Bischofsversammlung für die Schweiz

BISTUM BASEL

Missio canonica

Diözesanbischof Dr. Felix Gmür erteilte die Missio canonica im neu errichteten Pastoralraum «Zug-Walchwil» per 6. Mai 2012 an:

Mario Hübscher als Pastoralraumpfarrer des Pastoralraums Zug-Walchwil;

Mario Hübscher als Pfarrer der Pfarrei St. Michael Zug;

P. Mijo Rogina OP als Pfarrer der Pfarrei Johannes der Täufer Walchwil (ZG);

Urs Steiner als Pfarrer der Pfarrei Guthirt Zug;

Michael Brauchart als Gemeindeleiter der Pfarrei Bruder Klaus Oberwil bei Zug;

Mario Hübscher als Leitender Priester der Pfarrei Bruder Klaus Oberwil bei Zug;

Mario Hübscher als Leitender Priester der Pfarrei Johannes der Täufer Zug;

P. Dr. Niklas Raggenbass OSB als Vikar in der Pfarrei St. Michael Zug;

Albert Schneider als Kaplan in der Pfarrei St. Michael Zug;

Roman Ambühl-Rütimann als Pastoralassistent der Pfarrei Johannes der Täufer Zug;

Bernhard Gehrig-Hofius als Pastoralassistent in der Pfarrei Guthirt Zug;

Jocelyne Kilchoer als Pastoralassistentin in der Pfarrei Bruder Klaus Oberwil bei Zug;

Oliver Schnappauf als Pastoralassistent in der Pfarrei Guthirt Zug;

Anna Fieni-Bättig als Katechetin (KIL) in der Pfarrei Guthirt Zug;

Felix Lüthy als Katechet (KIL) in der Pfarrei Johannes der Täufer Zug.

BISTÜMER LAUSANNE-GENÈVE-FREIBURG UND SITTEN

Information «Haus der Priesterseminare»

Der Bischof von Sitten, Norbert Brunner, und der Bischof von Lausanne, Genf und Freiburg, Charles Morerod, haben beschlossen, die beiden jeweiligen Priesterseminare in ein einziges «Haus der Priesterseminare» zusammenzuführen. Diese neue Institution wird ab September 2012 mehrere Gemeinschaften unter demselben Dach vereinen, denn das Priesterseminar von Lausanne, Genf und Freiburg zieht um in das Gebäude des Priesterseminars von Sitten in Givisiez. Dieses wird die beiden Priesterseminare sowie das Einführungsjahr für die Romanie und das Noviziat der Chorherren vom Grossen St. Bernhard beherbergen.

Dieser Zusammenschluss erlaubt es jeder Institution, weiterzubestehen und gleichzeitig die Kräfte für die Ausbildung der Priesteramtskandidaten zu konzentrieren. Es ist keinesfalls eine Aufhebung des diözesanen Priesterseminars von Lausanne, Genf und Freiburg, sondern nur ein Umzug in ein anderes Gebäude. Es ist auch nicht eine Fusion der Seminare, sondern es wird einzig zu einem «Haus der Priesterseminare». Jeder Bischof bleibt dementsprechend der Verantwortliche seines Seminars, und jedes Priesterseminar behält weiterhin seinen Regens sowie seinen Direktionsrat, der vom jeweiligen Diözesanbischof ernannt wird.

Das Priesterseminar von Lausanne, Genf und Freiburg sowie dasjenige von Sitten arbeiten bereits seit einigen Jahren eng zusammen. Dank dieser Erfahrung werden die beiden Seminare inskünftig, zusammen mit dem Noviziat der Chorherren vom Grossen St. Bernhard sowie dem Einführungsjahr, das Gemeinschaftsleben und das Stundengebet im «Haus der Priesterseminare» miteinander teilen, dies alles gemäss einem gemeinsamen Programm, welches jedoch die Eigenheiten jeder Diözese berücksichtigt. Zudem wird dieses Haus auch Seminaristen anderer Diözesen – z. B. auch aus dem Bistum Basel – oder religiöser Gemeinschaften – z. B. der Abtei Saint-Maurice – offen stehen, die sich diesem anschliessen möchten.

Im Verlauf des Studienjahres 2012–13 wird das Haus der Priesterseminare seine Türen öffnen, um den Priestern und Laienseelsorgern beider Diözesen die Möglichkeit zu bieten, diese neue Einheit kennen zu lernen. Der Zusammenschluss der beiden Priesterseminare löst auf beiden Seiten viel Enthusiasmus für die Ausbildung und die Begleitung

unserer zukünftigen Priester aus. Aber gleichzeitig müssen wir auch den beunruhigenden Rückgang von Priesterberufungen in der französischsprachigen Schweiz ernst

nehmen. Es braucht hierzu eine realistische und konstruktive Reflexion zu den Ursachen dieses Rückgangs und wie diesem zu begegnen ist. Wir wissen, dass wir hierbei

auf Ihre Unterstützung zählen können.
Sitten und Freiburg, am 9. Mai 2012

Msgr. Norbert Brunner und
Msgr. Charles Morerod

DOKUMENTATION RKZ

Eine Kirche – bereichert und herausgefordert durch viele Sprachen und Kulturen

Die Zukunft der Migrantenseelsorge war ein zentrales Thema der RKZ-Plenarversammlung, der RKZ vom 23./24. März 2012 in Unterägeri (ZG). Für einmal standen nicht die finanziellen, sondern die pastoralen und organisatorischen Herausforderungen im Zentrum. In der Geschäftssitzung befassten sich die Vertreter der kantonalkirchlichen Organisationen unter anderem mit der Strategie der RKZ bis 2015. Hauptziel ist die Stärkung von «Zusammenarbeit und finanzieller Solidarität im Dienst einer glaubwürdigen und zeitgemässen Kirche».

Die diesjährige Frühjahrspenarversammlung der RKZ stand erstmals unter der Leitung von Hans Wüst, Präsident des katholischen Administrationsrates des Kantons St. Gallen. Im Rahmen des thematischen Teils befassten sich die Delegierten mit den pastoralen, organisatorischen und finanziellen Herausforderungen. Als Referenten und Gäste nahmen auch das zuständige Mitglied der Schweizer Bischofskonferenz, Weihbischof Martin Gächter, der Nationaldirektor von *migratio*, Marco Schmid, sowie etliche Mitglieder kantonalkirchlicher Exekutiven teil, die für den Bereich der Migranten- oder Anderssprachigenseelsorge zuständig sind.

Neue Ansätze für die wichtige Daueraufgabe der Migrantenseelsorge

Der Informationsblock bestand aus vier Kurzreferaten von Weihbischof Martin Gächter, Nationaldirektor Marco Schmid, dem Präsidenten der Finanz- und Planungskommission von *migratio*, Alois Theiler, sowie dem Generalsekretär der RKZ, Daniel Kosch. In wichtigen Fragen waren

sie sich alle einig: Die vielen Mitglieder der katholischen Kirche mit einer Migrationsgeschichte sind eine Bereicherung und zugleich eine Herausforderung. Und die Migrantenseelsorge ist längst keine «vorübergehende» Aufgabe mehr, sondern eine Daueraufgabe.

Denn internationale Mobilität, Migration, Mehrsprachigkeit und kulturelle Vielfalt werden die Schweiz und insbesondere die katholische Kirche in unserem Land auf unabsehbare Zeit prägen. Einig waren sich die Referenten auch darin, dass es keine einfachen und allgemeingültigen Antworten auf die damit verbundenen pastoralen und organisatorischen Fragen gibt. Dafür sind die Situationen je nach Region zu unterschiedlich, beträgt doch der Anteil an Katholiken ohne Schweizer Pass in manchen Kantonen nur fünf, in anderen aber über vierzig Prozent der katholischen Wohnbevölkerung. Als weiterer gemeinsamer Nenner stellte sich heraus, dass es neue Ansätze braucht. Marco Schmid plädierte für «Brückenbauer» zwischen «anderssprachiger» und «einheimischer» Seelsorge. Weihbischof Martin Gächter wünschte «mehr Flexibilität», um auf die sich rasch wandelnden Bedürfnisse reagieren zu können. Alois Theiler sprach von der Notwendigkeit, «bisherige Aufgaben aufzugeben, damit Neues geschaffen werden kann». Daniel Kosch forderte einen Perspektiven- und Modellwechsel vom Konzept «für jede Sprachgemeinschaft eine Mission» hin zu «interkulturellen Ansätzen», die mehr ins «Miteinander» und weniger ins «Nebeneinander» der Sprachen und Kulturen investieren.

Förderung und Befähigung zu Zusammenarbeit und Dialog zwischen den Seelsorgenden

Die angeregten Gespräche in Arbeitsgruppen und das abschliessende Plenum machten deutlich, wo aus Sicht der Vertreter der kantonalkirchlichen Organisationen der grösste Handlungsbedarf besteht: Die pastoralen und organisatorischen Konzepte sowie die Aus- und Weiterbildung der Seelsorgenden müssen die Zusammenarbeit und den Dialog zwischen den Seelsorgenden stärken. Nach wie vor behindern sprachliche Barrieren den Austausch vor Ort oder in den Dekanaten. Hier sind es primär die anderssprachigen Seelsorgenden, welche dazulernen müssen. Und seitens der «einheimischen» Seelsorgenden gilt es, offen und interessiert auf sie zuzugehen und sie aktiv einzubeziehen. Der Umgang mit kulturellen Unterschieden bedarf der interkulturellen Kompetenz. Diesbezüglich besteht in der Aus- und Weiterbildung ein Nachholbedarf. Eine weitere Herausforderung sind unterschiedliche Kirchenbilder, unterschiedliche Rollenverständnisse der Priester und Seelsorgenden und unterschiedliche Vorstellungen bezüglich Liturgie, Katechese und religiöser Bildung usw. Solche Differenzen nicht nur auszuhalten, sondern konstruktiv mit ihnen umzugehen, ist eine Herausforderung für alle. Es ist anspruchsvoll, Konkurrenz und das Vorurteil zu überwinden, die eine Seite sei «rückständig», die andere «nicht mehr wirklich katholisch».

Unter dem Gesichtspunkt der knapper werdenden verfügbaren personellen und finanziellen Ressourcen wurde daran erinnert,

dass in Zeiten des Priester- und mancherorts auch des Geldmangels die Setzung von Prioritäten und der Verzicht auf Bisheriges zu Gunsten neuer Aufgaben von allen erwartet werden muss. Kirchenräume sollen gemeinsam genutzt, Arbeitspensen geteilt, Gelder verlagert werden. Das ist für diejenigen, die etwas abgeben müssen, nicht einfach. Und es stellt hohe Anforderungen an diejenigen, die Führungs- und Entscheidungsverantwortung tragen. Entsprechend dankbar waren sowohl die pastoralen als auch die staatskirchenrechtlichen Verantwortungsträger für die Gelegenheit zu gegenseitiger Information und Gedankenaustausch.

Geschäftssitzung im Zeichen der finanziellen Herausforderungen für die RKZ

Der gemeinsame Nenner für die meisten Traktanden der eigentlichen Geschäftssitzung war, den finanziellen Herausforderungen angemessen zu begegnen. Massstab für finanzielle Entscheidungen und Entwicklungen müssen einerseits die pastoralen Notwendigkeiten, andererseits aber auch eine realistische Sicht der finanziellen Möglichkeiten sein. Der positive Rechnungsabschluss mit einem Ertragsüberschuss von über 120 000 Franken zeigt einerseits, dass die Mittel haushälterisch verwaltet werden. Andererseits darf er nicht darüber hinwegtäuschen, dass es nur dank vorausschauender Planung und der Verfügbarkeit von Reserven möglich war, den Ertragsausfall beim Fastenopfer mit der Auflösung von Reserven zu kompensieren. Dieser Ertragsüberschuss wurde dem Projekt- und Innovationsfonds zugewiesen, um zu gewährleisten, dass auch in Zeiten der Sparmassnahmen wichtige Projekte und Innovationsvorhaben unterstützt werden können. In erster Lesung behandelt wurde

ein Strategiepapier. Die formulierte Vision «Im Dienst einer glaubwürdigen und zeitgemässen Kirche tritt die RKZ für Zusammenarbeit und Solidarität ein» wurde von den Delegierten positiv aufgenommen. Zugleich wurde der Wunsch geäussert, das Papier noch konkreter zu fassen, wo es um die künftige Rolle des Inland-Engagements des Fastenopfers, aber auch, wo es um die finanzielle Entwicklung der RKZ-Beiträge und des Mitfinanzierungskredits geht.

Diese Frage der Beitragsentwicklung ist gegenwärtig Gegenstand einer Vernehmlassung unter den RKZ-Mitgliedern, die ebenfalls traktandiert war. Die kantonal-kirchlichen Organisationen werden gebeten, sich zur Verteilung der Mittel auf die kommunale, kantonale und nationale Ebene, zum Inland-Engagement des Fastenopfers und zu Möglichkeiten massvoller Erhöhungen der RKZ-Beiträge zum Ausgleich von dessen Rückgang zu äussern.

Weitere Finanzthemen waren das Globalbudget für die ge-

samtschweizerischen Aufgaben von *migratio*, Entwicklungen und Projekte im Bereich der Mitfinanzierung kirchlicher Institutionen auf gesamtschweizerischer und sprachregionaler Ebene.

Glaubwürdige Kommunikation der gesamtgesellschaftlichen Bedeutung der Kirchen

Dass es dort, wo es um «Finanzen» geht, keineswegs nur um Geld, sondern auch um gesellschaftliche Entwicklungen, rechtliche Rahmenbedingungen und glaubwürdige Kommunikation der Kirche geht, lässt sich sehr gut an einem Thema aufzeigen, das die RKZ und ihre Mitglieder in nächster Zeit gewiss noch intensiv beschäftigen wird: die Kirchensteuern für juristische Personen. Voraussichtlich wird es 2014 oder 2015 im Kanton Zürich zu einer Volksabstimmung zum Thema kommen, weil kürzlich eine entsprechende Initiative eingereicht worden ist. Dass nicht nur die Kirchenmitglieder, sondern auch Unternehmen und

der Staat in manchen Kantonen erhebliche Steuermittel für die anerkannten Kirchen bereitstellen, ist Ausdruck der Überzeugung, dass diese nicht nur sozial, sondern auch durch ihre Wertevermittlung, durch ihre Stärkung des gesellschaftlichen Zusammenhalts sowie durch ihre Hilfestellungen für Menschen in existenziell herausfordernden Situationen wichtige Aufgaben wahrnehmen. In diesem Zusammenhang wird es wichtig sein, klar zu betonen, dass diese Aufgaben zum Grundauftrag der Kirche gehören, unabhängig von der Frage, ob sie nun arm oder reich ist. Und gleichzeitig wird es unerlässlich sein, nüchtern aufzuzeigen, was es für Auswirkungen hat, wenn dem aktuellen System die Rechtsgrundlage entzogen wird.

All dies sollte keineswegs nur die staatskirchenrechtlichen Behörden und die RKZ interessieren, sondern ist ein letztlich eminent pastorales Thema. Denn es ist unbestritten, dass Diakonie (und damit soziales Engagement) und Koinonia (und damit Pflege der Gemeinschaft) genau so zum pastoralen Grundauftrag der Kirche gehören wie die Feier des Gottesdienstes (Liturgie) und die Verkündigung der Guten Nachricht (Martyria). All diese Grundvollzüge der Kirche leben ganz gewiss nicht «vom Geld allein» oder von der Höhe der Kirchensteuern. Aber zugleich gilt: Gesunde Kirchenfinanzen eröffnen Möglichkeiten, die man mit leeren Kassen nicht mehr hätte.

Zürich, 26. März 2012

Daniel Kosch

Autoren dieser Nummer

Dr. Hans A. Rapp
Dioezesanhaus, Bahnhofstrasse 13
A-6800 Feldkirch
hans.rapp@kath-kirche-vorarlberg.at
Peter Zürn, dipl. theol. et dipl. päd.
Bibelpastorale Arbeitsstelle
Bederstrasse 76, 8002 Zürich
peter.zuern@bibelwerk.ch

Schweizerische Kirchenzeitung

Fachzeitschrift für Theologie und Seelsorge
Amtliches Organ der Bistümer
Basel, Chur, St. Gallen, Lausanne-Genf-Freiburg und Sitten

Redaktion

Maihofstrasse 76
Postfach, 6002 Luzern
Telefon 041 429 53 27
E-Mail skzredaktion@lzmanien.ch
www.kirchenzeitung.ch

Redaktionsleiter

Dr. Urban Fink-Wagner EMBA

Stellen-Inserate

Telefon 041 767 79 03
E-Mail skzinserte@lzfachverlag.ch

Kommerzielle Inserate

Telefon 041 370 38 83
E-Mail hj.ottenbacher@gmx.net

Abonnemente

Telefon 041 767 79 10
E-Mail skzabo@lzfachverlag.ch

Abonnementspreise

Jährlich Schweiz: Fr. 153.–
Ausland zuzüglich Versandkosten
Studentenabo Schweiz: Fr. 89.–

Gesamtherstellung

Multicolor Print AG, Baar

Redaktionsschluss und Schluss der Inseratenannahme: Freitag der Vorwoche, 12.00 Uhr.
Das vollständige Impressum erschien in der SKZ-Ausgabe 19/2012, S. 343.

Versilbern Vergolden Reparieren Restaurieren



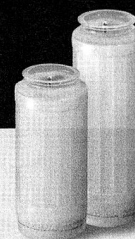
Ihre wertvollen und antiken Messkelche, Vortragskreuze, Tabernakel, Ewiglichtampeln und Altarleuchter restaurieren wir stilgerecht und mit grossem fachmännischem Können.

SILBAG AG

Grossmatte-Ost 24 · 6014 Luzern
Tel. 041 259 43 43 · Fax 041 259 43 44
e-mail info@silbag.ch · www.silbag.ch

Den Menschen ein Symbol, der Kirche die Garantie*.

*Gesicherte Brenndauer - reines Pflanzenöl - Hülle biologisch abbaubar
www.aeterna-lichte.de




AETERNA
Öllichte

Vertrieb in der Schweiz: Lienert Kerzen AG, Einsiedeln - Tel.: 055 / 41 22 381 - info@lienert-kerzen.ch



KLOSTER RICKENBACH
vereinfachen • vertiefen • versöhnen

Endlich ...

entschleunigen, aufatmen, Kraft schöpfen,
sich neu ausrichten ... individuell oder im Rahmen
einer begleiteten AUSZEIT ...



Tel. +41 (0)41 932 12 00
www.kloster-rickenbach.ch

HONGLER

verzierte Kerzen

Unser Angebot umfasst über
200 Symbole zu Themen
wie Taufe, Erstkommunion,
Firmung und Ehe.

Kerzenfabrik Hongler
9450 Altstätten SG
Betriebsführungen für
Gruppen ab 10 Personen.

Kataloge bestellen
unter Tel 071/788 44 44
oder www.hongler.ch



REFORMIERTE
LANDESKIRCHE AARGAU



Römisch-Katholische Kirche
im Aargau

In Kooperation mit den Fachhochschulen Technik
und Wirtschaft auf dem Campus Brugg-Windisch
verantworten wir die

Fachstelle Religion Technik Wirtschaft (50–70%)

Nach fünfjähriger Tätigkeit verlässt uns die bishe-
rige Stelleninhaberin. Deshalb suchen wir auf den
1. Oktober 2012 oder nach Vereinbarung eine Nach-
folgerin/einen Nachfolger.

Ihre Aufgaben:

- Begleitung und Beratung von Studierenden,
Dozierenden und Angestellten der Fachhoch-
schule in weltanschaulichen und religiösen
Fragen
- Bereitstellung eines Lehrangebots
- Koordination/Begleitung von Projekten der
Forschung und der Weiterbildung

Wir erwarten:

- Theologiestudium
- Seelsorgeausbildung und praktische Seelsorge-
erfahrung
- Zusatzausbildung im Bereich Religion oder
Geisteswissenschaft
- Erfahrung in Lehre und Forschung
- Interesse an Wirtschaft und Technik
- Kommunikative Persönlichkeit

Die Anstellung erfolgt nach den Reglementen der
Reformierten Landeskirche Aargau.

Die Bewerbung mit Passfoto und den üblichen Un-
terlagen erwarten wir bis zum **15. Juni 2012** an:
Reformierte Landeskirche Aargau, Personaladmi-
nistration, Stritengässli 10, Postfach, 5001 Aarau.

Gerne geben Ihnen Marcel Notter, Generalsekre-
tär der Römisch-Katholischen Landeskirche im
Aargau, 061 832 42 72, marcel.notter@ag.kath.ch,
Beat Urech, Bereichsleiter Reformierte Landeskir-
che Aargau, 062 838 00 22, beat.urech@ref-aargau.ch,
und die jetzige Stelleninhaberin, Dr. theol. phys.
Asha De, 056 462 45 65, asha.de@fhnw.ch, weitere
Auskünfte.

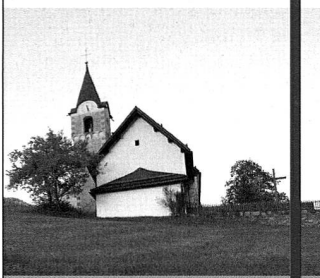
Portal kath.ch

Gratisinserat

Das Internetportal
der Schweizer
Katholiken/
Katholikinnen



IM – Schweizerisches
katholisches Solidaritätswerk



Helfen Sie über Ihr Leben hinaus

Solidarität mit bedürftigen
Katholiken: Berücksichtigen
Sie die IM im Testament.

Broschüre bestellen:
Tel. 041 710 15 01
info@im-solidaritaet.ch
www.im-solidaritaet.ch



**LIENERT
KERZEN
EINSIEDELN**

Tel. 055 / 412 23 81
Fax 055 / 412 88 14

LIENERT KERZEN