



KOMMENTAR

AUF AUGENHÖHE!

Erfreulicherweise hat das Zentralkomitee der deutschen Katholiken (ZdK) auf seiner Herbst-Vollversammlung in Bonn das Thema Medien zu einem Schwerpunkt der Tagesordnung am letzten Versammlungstag gemacht. ZDF-Korrespondent Klaus Prömpers, Sprecher des ZdK-Sachbereichs Publizistik und Medienpolitik, hat dabei ein Impulsreferat zur Zukunftsfähigkeit kirchlich-medialer Kommunikation gehalten. Und dem ZdK empfohlen, gemeinsam mit den Bischöfen um die Zukunft der katholischen Medienarbeit zu ringen. Die GKP hat dabei ihren Anspruch bekräftigt, als Personalverband katholischer Medienschaffender – gemeinsam mit dem Katholischen Medienverband als Fachverband – ihre Fachkompetenzen einzubringen und aktiv in diesen Zukunftsprozess einbezogen zu werden. Themen gibt es genug: der schleppende Ausbau von katholisch.de; die Gründung eines noch ominösen „Medienhauses“ in Bonn, das laut Prömpers „mehrere Mediendienstleister zusammenziehen und die katholische Medienarbeit bündeln“ soll; die Zukunft

der katholischen Printmedien, vor allem der noch vielfältigen Bistumspresse; das ifp und sein Profil; Entwicklungen wie zuletzt das Aus für den Rheinischen Merkur und aktuell die Kündigung all seiner früheren Mitarbeiter entgegen der ersten Meldungen; kurz: das gesamte katholische Medienspektrum.

Es ist wichtig, dass nicht nur wir Medien-Verbände und einzelne Medienhäuser oder Institutionen auf Augenhöhe mit den Bischöfen – und den hinter ihren Strukturen stehenden Fachleuten – den Zukunftsprozess aktiv mitgestalten und mitsteuern können. Wie die Kirche, die aus uns allen besteht, zukünftig in der Gesellschaft wahrgenommen wird, hängt maßgeblich auch von ihrer Medienarbeit ab. Es ist richtig, dass dabei alle Angebote auf den Prüfstand gehören. Ebenso jedoch die Kommunikationsstrategie der Institution Kirche.

Das ZdK als Laiengremium der Kirche ist gefordert, sich hier deutlich und konstruktiv zu positionieren. Die medienpolitische Arbeit muss Teil im Dialogprozess des ZdK mit den Bischöfen

sein. Und darüber hinaus als eigenständiges Arbeitsfeld verstanden werden – in der Verantwortung, als katholische Christen in Staat und Gesellschaft zu wirken. Das Ziel sollte dabei nicht sein, erstmals nach fast 20 Jahren wieder eine medienpolitische Erklärung herauszugeben.

Uns allen muss es um ein flächendeckend hochwertiges, vielseitiges und zielgruppenorientiertes kirchliches Medienangebot gehen. Von entscheidender Bedeutung wird dabei sein, wie künftig mit den Ressourcen umgegangen wird. Und nicht zuletzt, wie offen und unabhängig kirchliche Medien agieren können. Gerade nach dem Krisenjahr 2010 ist die Frage der Glaubwürdigkeit wichtiger denn je. Und diese Glaubwürdigkeit hängt maßgeblich daran, wie professionell und eigenständig kirchliche Medien arbeiten können. Hierfür gilt es Wege zu ebnen.

Hildegard Mathies

Alle früheren Vorstandskommentare finden Sie

im Internet: www.gkp.de/Kommentare/Kommentare.php