

Christian Klenk

## „Ein Pflichtblatt, das Vergnügen macht“

Die Beilage „Christ und Welt“ in der „Zeit“  
ist gut gemacht, aber leider kaum verbreitet

Ihre Ausgabe im Vorfeld des Evangelischen Kirchentages in Dresden illustrierte die Wochenzeitung „Die Zeit“ am 26. Mai 2011 mit einem apokalyptisch anmutendem Titelbild. Eine Kirche aus roten Ziegelsteinen und mit grünem Kupferdach, der Lübecker Marienkirche sehr ähnlich, schwimmt (oder versinkt?) in bedrohlich stürmischer See. Darauf prangt die Zeile: „Ist die Kirche noch zu retten?“ Es ist dies zugleich der Titel eines soeben erschienen Buches von Hans Küng. Der Theologe selbst kommt im Innenteil der Ausgabe in einem ganzseitigen Interview zu Wort und sagt – passend zum Titelbild: „Wer sich vor Reformen fürchtet, hat im Grunde zu wenig Gottvertrauen. Wer Gottvertrauen hat, kann sich auch auf die hohe See hin auswagen. Er weiß, dass ihn die Stürme nicht vernichten.“

Dass „der treueste Dissident der katholischen Kirche“, so die „Zeit“ in einer Bildunterschrift, in der liberalen Wochenzeitung ausführlich zu Wort kommt, ist wenig verwunderlich. Erstaunlicher ist, wie üppig das im März 2010 eingeführte „Zeit“-Ressort „Glauben und Zweifeln“ – üblicherweise auf eine Seite beschränkt – in dieser Ausgabe ausfällt. Auf drei Seiten wird die Zukunftsfähigkeit der christlichen Kirchen erörtert. „Rein in die Kirche, Raus aus der Kirche“, titelt das Blatt auf einer Seite und bringt zwei Porträts – über eine Personalmanagerin, die im Kirchenchor ihren Glauben fand und sich mit Ende dreißig taufen ließ, und über einen Theologen, der aus der katholischen Kirche austrat, um in der protestantischen heimisch zu werden.

Es ist gut möglich, dass so viel Religiöses für humanistisch geprägte Leserkreise, welche die „Zeit“ auch hat, selbst mit kritischem Unterton schon zu viel ist. Und tatsächlich berichtete Chefredakteur Giovanni di Lorenzo bei einer Veranstaltung in der Hamburger Sankt-Nikolai-Kirche Anfang Juni von Paketen mit Fäkalien, die in der Redaktion nach Einführung des neuen Ressorts eingingen, weil einzelne Leser offenbar einen Bruch mit der liberalen Tradition des Blatts sahen. „So eine Seite muss sich finden“, sagte di Lorenzo. „Sie wird irgendwann ihren unverwechselbaren Charakter haben, doch ich bin ganz und gar nicht unglücklich mit der Entwicklung.“

Derzeit wirbt die Wochenzeitung nämlich vor allem in kirchlich geprägten Milieus um neue Leser. Die „Zeit“ wolle dem Interesse des Publikums an Spiritualität und Selbstverortung Rechnung tragen, so ihr katholischer Chefredakteur. „Ich will aus der ‚Zeit‘ kein frommes Blatt machen, doch ich möchte, dass sie offen ist für dieses Thema.“ Dafür hat das Blatt nicht nur eigene Seiten eingeplant. Seit Dezember 2010 kooperiert der Zeitverlag Gerd Bucerius zudem mit dem „Rheinischen Merkur“ in Bonn – oder zumindest damit, was von der einstigen katholischen Wochenzeitung noch übrig geblieben ist: eine sechsseitige Beilage mit Beiträgen aus den Themenbereichen Religion, Kirche, Politik und Gesellschaft sowie vereinzelt Kultur. Die Zeitung selbst, die freilich mehr Ressorts umfasste, war wegen sinkender Abonnentenzahlen eingestellt worden.<sup>1</sup>

### Ökonomische Aspekte der Kooperation

Der Verlag Rheinischer Merkur, der neun Diözesen und dem Verband der Diözesen Deutschlands gehört, befindet sich im Status der Liquidation. Solange er in dieser Form noch existiert, gilt ein Kooperationsvertrag, der besagt, dass der Zeitverlag eine wöchentliche Beilage erstellen lässt und diese jenen Exemplaren der „Zeit“ beilegt, die nun von übergewechselten „Merkur“-Abonnenten bezogen werden – oder von solchen (Neu-)Beziehern der „Zeit“, die explizit eine Ausgabe mit den Zusatzseiten wünschen. Um Vertrieb, Marketing und die Anzeigenakquise kümmert sich der Zeitverlag, die Altabonnenten sowie die Rechte am Titel bleiben aber vorerst offiziell im Besitz des Verlags Rheinischer Merkur.

Die Beilage trägt den Titel „Christ und Welt“. So hieß eine evangelische Wochenzeitung, bis sie 1980 vom „Rheinischen Merkur“ übernommen wurde, der damit sein ökumenisches Profil stärkte und fortan sein Kirchenressort so nannte. Für die redaktionelle Erstellung der Beilage zahlt die „Zeit“ einen Fixbetrag an den Verlag Rheinischer Merkur. Diese Summe könnte sich verändern, sollte die Größenordnung der vorab kalkulierten Abonnentenzahl merklich unter- oder überschritten werden, sagt Thomas Juncker, Geschäftsführer der Katholischen Nachrichtenagentur (KNA). „Wir können auf dieser Vertragsgrundlage momentan ganz gut arbeiten.“ Für das Koopera-

<sup>1</sup> Vgl. Christian Klenk: Plötzlich, aber nicht unerwartet. Der „Rheinische Merkur“ schrumpft zu einer Beilage der „Zeit“. In: *Communicatio Socialis*, 43. Jg. 2010, H. 4, S. 389-403.

tionsprojekt wurde eine KNA-Tochter gegründet. Unter dem Dach der Dreipunktdrei Mediengesellschaft<sup>2</sup> fasst die Nachrichtenagentur nun auch ihre Aktivitäten bei der Paderborner Bistumszeitung „Der Dom“<sup>3</sup> sowie die bislang zum Verlag Rheinischer Merkur gehörenden Fachdienste „Filmdienst“ und „Funkkorrespondenz“ zusammen.<sup>4</sup>

Das Modell hat zur Folge, dass die Beilage nicht – wie zum Beispiel das evangelische Magazin „Chrismon“ – der gesamten Auflage der „Zeit“ beiliegt. „Das ist natürlich eine ideale Wunschvorstellung“, sagt Peter Kersting, der von den „Merkur“-Gesellschaftern zum Liquidator bestellt wurde. „Aber das sehe ich erst in einer ferneren Zukunft. Dafür muss sich das Produkt noch weiter in Richtung „Zeit“ entwickeln. Und es muss die Frage beantwortet werden, inwieweit die Beilage von der ‚Zeit‘-Leserschaft aufgenommen und akzeptiert würde. Dafür ist das Ganze noch zu jung.“ Zudem sei dies eine wirtschaftliche Frage, die der Zeitverlag für sich entscheiden müsse. „Die ‚Zeit‘ würde den Lesern, die sie ohnehin schon hat, noch ein zusätzliches Buch schenken.“ Di Lorenzo sagt: „Diese Seiten drängen wir niemandem auf, aber man bekommt sie, wenn man sie haben möchte.“

Rund 14 000 vollbezahlte Abonnements hat der „Rheinische Merkur“ nach Angaben von Kersting zu Beginn in das neue Modell mitnehmen können.<sup>5</sup> Seither habe es „natürliche Fluktuationen bedingt durch die Altersstruktur der angestammten ‚Merkur‘-Abonnenten“ gegeben. Doch die „Zeit“ konnte in signifikantem Umfang neue Leser hinzugewinnen. „Wir befinden uns derzeit auf einem gleichbleibenden Niveau“, sagt Kersting. Die Marketingmaßnahmen des Zeitverlags zeigten erste Erfolge. „Ich bin guten Mutes, dass das Projekt eine Zukunft haben kann. Aber man kann nach sechs Monaten noch nicht sagen, dass wir uns in einem absolut sicheren Fahrwasser bewegen.“ Derzeit verhandeln die Partner über die künftige Ausgestaltung der Kooperation. Welche Optionen es dabei gibt, wollte Kersting mit Verweis auf vereinbartes Stillschweigen nicht sagen.

- 2 Der Firmenname wurde in Anklang an die Bibelstelle aus dem Matthäus-Evangelium 3,3 gewählt: „Eine Stimme ruft in der Wüste: Bereitet dem Herrn den Weg! Ebnet ihm die Straßen!“
- 3 Vgl. Christian Klenk: Letzte Chance für die Bistums presse. Die Auflage schrumpft stetig, doch bei der Suche nach Lösungen herrscht Uneinigkeit. In: Communicatio Socialis, 43. Jg. 2010, H. 1, S. 3-26, hier S. 18f.
- 4 Die Jugendzeitschrift „mercury“, die zum Verlag Rheinischer Merkur gehörte, gibt es nicht mehr. Der 50-prozentige Anteil an der TV-Produktionsfirma merkur.TV wurde an den Miteigentümer Tellux Beteiligungsgesellschaft verkauft.
- 5 Hinzu kommen noch ermäßigte Abos. Hier nennt Kersting keine Zahlen, „da für beide Kooperationspartner die Vollzahler-Abos intern der Gradmesser sind.“

Angesichts der genannten Auflage von „Christ und Welt“ scheint es eher unwahrscheinlich, dass die zum Ende des „Rheinischen Merkur“ kolportierten (aber niemals bestätigten) Zahlen stimmen, wonach die Wochenzeitung zuletzt nur noch von rund 15 000 bis 20 000 zahlenden Lesern bezogen worden war. Schon eher dürfte der „Rheinische Merkur“ tatsächlich die noch in der IVW-Statistik ausgewiesenen rund 36 000 bezahlten Abos gehabt haben – darunter aber auch vergünstigte Exemplare. Schon werden Vermutungen geäußert, die schlechteren Zahlen seien womöglich aus den Reihen der Gesellschafter gestreut worden, um die Einstellung der Zeitung zu rechtfertigen. Dennoch bleibt es dabei, dass der „Rheinische Merkur“ in wenigen Jahren dramatisch an (bezahlt)er Auflage verloren hatte und schon lange nur mit Subventionen in Millionenhöhe zu halten war.

Die neue Beilage wird von der Kirche nicht subventioniert, betonen die Beteiligten. Die redaktionellen Kosten für fünf Redakteure bei der Dreipunktdrei Mediengesellschaft bezahlt die „Zeit“, dafür entrichten die Abonnenten ihre Entgelte nun nach Hamburg. Außer Eigenanzeigen hatte die Beilage bislang noch keine Annoncen, dies soll sich aber bald ändern. Auch dies wären Extraeinnahmen für die „Zeit“, um die zusätzlichen Druck- und Vertriebskosten zu finanzieren. Nachfragen im Anzeigenbereich seien inzwischen da, „weil man sieht, dass die Beilage gut gemacht ist“, sagt Thomas Juncker. Noch dürfte sich die erhöhte Gesamtauflage der „Zeit“ nicht in höheren Anzeigenpreisen im Zeitungsmantel auszahlen, weil die zusätzlichen Exemplare derzeit nicht in der IVW-Statistik ausgewiesen werden.

Sollte das Kooperationsmodell zur dauerhaften Lösung werden, hätte die „Zeit“<sup>6</sup> nach jetzigem Stand auf einen Schlag 14 000 neue Abonnenten in der Statistik. Über reguläre Leserwerbung wäre eine solche Anzahl von Kunden teuer zu bezahlen. Der CPO-Wert („Cost per Order“), also die Aufwendungen für Werbeaktionen, Prämien, Marketingpersonal oder Provisionen, variiert je nach Pressetyp, Gebiet und Marketing. Allein bei der Leser-werben-Leser-Aktion gibt der Zeitverlag beispielsweise Geschenkgutscheine über 60 Euro aus. Geht man von einem nicht unrealistischen CPO-Wert von 150 Euro aus, wären die „Merkur“-Abos im Paket rund zwei Millionen Euro wert. Vermutlich sind es tendenziell ältere, dafür aber treue Abonnenten, die auch in der einjährigen Probezeit dem neuen Kooperationsprodukt treu blieben. Zugegeben: darin steckt einige Spekulation.

6 Verkaufte Auflage im I. Quartal 2011 laut IVW 505 422 Exemplare, davon 322 899 Abonnements.

## Inhaltliches Konzept

Auf sechs Seiten muss sich „Christ und Welt“ zwangsläufig thematisch einschränken, zumal die Leser auch den Mantel der „Zeit“ erhalten, der bereits alle Bereiche abbildet – einschließlich Religion und Kirche. Dennoch konzentriert sich „Christ und Welt“ auf dieses Themenfeld, und dies in der Tradition des „Rheinischen Merkur“ ökumenisch. Bei der Planung stimmt sich die Bonner Redaktion mit dem „Zeit“-Ressort „Glauben und Zweifeln“ ab, damit es in einer Ausgabe nicht zu Doppelungen kommt. Dazu werden jene politischen Themen behandelt, „die Christen besonders herausfordern“, wie Christiane Florin sagt. Die frühere Feuilleton-Chefin des „Rheinischen Merkur“ leitet die Redaktion der Beilage. Ganz auf Politik zu verzichten, nur weil die „Zeit“ auch ein Politikbuch habe, sei nicht sinnvoll. Die Leser erwarteten eine Positionierung zu gesellschaftspolitischen Themen. Solche Beiträge finden sich zumeist auf der ersten Seite der Beilage – unter einem fast halbseitigen Foto – oder auf der Titelseite der „Zeit“. Bei Bedarf wird dort einer der beiden Leitartikel aus Hamburg gegen einen Beitrag von „Christ und Welt“ getauscht, meist ist dann der ehemalige „Merkur“-Chefredakteur Michael Rutz der Autor.

Die zweite Seite behandelt Glaubenthemen, die dritte und vierte unter dem Titel „Großaufnahme“ beleuchtet ein gesellschaftliches oder kirchliches Thema aus verschiedenen Blickwinkeln. Die fünfte Seite hat wechselnde Inhalte. Mal trägt sie den Titel „Gegenwart“ und behandelt Kulturelles, mal stehen dort Leserbriefe, mal wird die „Großaufnahme“ ausgeweitet. Die letzte Seite ist mit wiederkehrenden Rubriken gefüllt: einer Kunstwerk-Betrachtung mit Anmerkungen eines Kurators und zwei Kolumnen von dem Verleger Manuel Herder („Herder fragen!“) sowie der Kulturbefragten der evangelischen Kirche, Petra Bahr („Haltung, bitte!“). Eine weitere Kolumne findet sich seit kurzem auf der Titelseite der Beilage: ein „Brief an die Bundeskanzlerin“, im Wechsel verfasst von Michael Rutz, vom ehemaligen ZDF-Chefredakteur Nikolaus Brender und von MDR-Hörfunkdirektor Johann Michael Möller.

„Wir wollen Pflichtblatt sein, das Vergnügen macht – ein Pflichtblatt für alle, die sich für religiöse Themen interessieren“, sagt Christiane Florin über das Konzept der Beilage. Dies solle nicht heißen, dass man sich mühsam durcharbeiten müsse „oder als hätten wir eine Chronistenpflicht“. Vielmehr wolle die Redaktion zeigen, „was sich alles in der Kirche tut und worüber man streiten kann. Alle, die hier mitreden wollen, müssen das Gefühl haben, etwas zu verpassen, wenn sie ‚Christ und Welt‘ nicht gelesen haben. Das ist ein hoher An-

spruch.“ Die Beilage wolle dabei keinesfalls ein Verlautbarungsorgan der katholischen Kirche sein. „Publikationen, die nur verkündigen wollen oder die nur abbilden, was im Bistum läuft, haben eigentlich keine Zukunft. Man muss versuchen, Kirchenthemen anders anzugehen – kontroverser und mehr in erzählenden Stücken.“

Kontroversen hat „Christ und Welt“ tatsächlich schon ausgelöst. Erst kritisierte CDU-Politiker Heiner Geißler anlässlich der Seligsprechung von Johannes Paul II., der frühere Papst habe „die Armen regelrecht verraten“, indem er den ermordeten Erzbischof Oscar Romero von San Salvador nicht genügend gegen die Bedrängnisse der damaligen Militärjunta unterstützt habe. Die Äußerung stand im Zusammenhang mit einem öffentlichen Aufruf zur Heiligsprechung des Befreiungstheologen. Zwei Wochen später antwortete in „Christ und Welt“ der Regensburger Bischof Gerhard Ludwig Müller: „Mit welchem Recht nimmt man das Lebenszeugnis von zwei großen Dienern Gottes in Anspruch, um das Unkraut von Misstrauen und Zwietracht in den Acker der Kirche zu säen?“ Christiane Florin sagt, die Redaktion habe sich vorgenommen, in der Beilage alle kirchlichen Strömungen und Kreise zu versammeln. „Es ist ein Anliegen, dass wir allen ein Forum bieten und nicht sagen: Die einen schreiben in der ‚Tagespost‘ und die anderen in ‚Publik Forum‘.“

Über die kleine publizistische Debatte wurde auch in zahlreichen anderen Medien berichtet. Noch öffentlichkeitswirksamer war Anfang April die Berichterstattung über Kirchenaustrittszahlen. Diese werden für ganz Deutschland von der Bischofskonferenz gewöhnlich erst im September des Folgejahres bekannt gegeben. „Christ und Welt“ fragte selbst in allen Diözesen nach und kam so auf eine vorläufige Zahl von 180 000 Katholiken, die ihrer Kirche im Jahr des Bekanntwerdens zahlreicher Missbrauchsfälle den Rücken kehrten. Mit dieser Exklusivmeldung wurde „Christ und Welt“ deutschlandweit und sogar im Ausland von anderen Medien zitiert.

Weniger fiel dabei offenbar auf, dass die Beilage in der selben Ausgabe auch etliche Protokolle von Menschen druckte, die über die Gründe für ihren Austritt sprachen. Oder eine andere Ausgabe, in der Priester gefragt wurden, wie sie es mit dem Zölibat halten. „Es kam heraus, dass von fünf Porträtierten zwei eine Freundin hatten – und wir hatten die nicht eigens so ausgewählt“, betont Christiane Florin. Ob bei solchen Inhalten auch mal kritische Nachfragen aus der Bischofskonferenz kommen? „Das könnte man meinen, dass da die Amtsträger schlucken, dass so etwas gedruckt wird. Aber dem war nicht so – zumindest von Seiten der Bischöfe. Es gab jedoch Leserzuschriften, die das kritisiert haben.“

Zweimal hat die Redaktion jeweils eine Gruppe langjähriger Abonnenten und junger Nicht-Leser eingeladen. Vor dem Start der Beilage wurden sie zu ihren Erwartungen gefragt, später nach der Meinung zur neuen Publikation. Bei Lesern im mittleren Alter komme die Beilage sehr gut an, so Florin. Studenten, die gefragt wurden, fänden „Christ und Welt“ zwar inhaltlich gut, täten sich aber mit der Vertriebsform schwer. „Die kaufen hin und wieder eine Ausgabe der „Zeit“ am Kiosk. Aber dort sind wir nicht erhältlich. Das Abonnieren ist für diese Altersgruppe eine große Hürde.“

Die Beilage im Zeitungsdesign ist optisch ansprechend gemacht, sie bringt immer wieder auch überraschende Inhalte und schmückt sich regelmäßig mit bekannten Köpfen aus kirchlich-publizistischen Kreisen, die als Gastautoren oder freie Mitarbeiter in Erscheinung treten. Dass sich hin und wieder gesellschaftspolitische Themen in der gleichen Ausgabe im Mantelteil der „Zeit“ und in „Christ und Welt“ wiederholen, muss bei unterschiedlichen Stoßrichtungen kein Nachteil sein. Allenfalls könnte eine regelmäßig komplett konträre Bewertung manchen Leser verwirren.

Die Beilage kann als ein Modellversuch für künftig weitere Kooperationen zwischen kirchlichen und säkularen Medien betrachtet werden. „Christ und Welt“ habe „in dieser Hinsicht sicherlich Experimentiercharakter – und zwar für beide Seiten“, sagt Christiane Florin. Auch Thomas Juncker spricht von einem „reizvollen“ Modell, auch weil die zusätzlichen Seiten nicht wie eine Fremdbeilage anmuten, sondern sich an die „Zeit“ schon allein durch das Zeitungsdesign anpassen. Juncker meint, dass die Ausweitung der Religionsberichterstattung in der „Zeit“ und die Kooperation auch ein Signal seien an andere Tages- und Wochenzeitungen: „Ich glaube, da sind nun möglicherweise mehrere am Nachdenken, wenn sie sehen, dass so ein großes und als liberal verschrienes Schiff zuerst eine Seite einführt und dann noch eine Beilage, dass dort begriffen wurde, welche Bedeutung die Wertediskussion in der Gesellschaft hat.“

Eine Option könnten solche Kooperationen eines Tages möglicherweise auch auf der Ebene der Bistümer sein. Denkbar wäre zum Beispiel eine kirchliche Beilage in einer regionalen Tageszeitung. „Es ist wichtig, dass es weiterhin eine Bistumszeitung gibt“, betont Juncker, „aber dafür braucht es Kooperationen. Die Blätter eigenständig zu erhalten wird immer schwieriger werden.“ Jene Milieus, die heute noch erreicht würden, seien überaltert und würden aussterben. Und noch habe die Kirche nichts, was man den jungen Milieus publizistisch anbieten könne. „Diese Zielgruppen können dann eventuell über Kooperationen mit anderen Mainstream-Publikationen erreicht werden.“