

Gegen die Vermarktung von Religion

DIE ALPHAVISION AG HAT EIN KONZESSIONSGESUCH FÜR EIN FREIKIRCHLICH-EVANGELIKALES FERNSEHPROGRAMM AUF S PLUS EINGEREICHT. IN IHRER STELLUNGNAHME HABEN DIE KIRCHLICHEN MEDIENDIENSTE DIE GRUNDSÄTZLICHEN ASPEKTE EINER WENDE ZUM MARKT BEIM THEMA RELIGION HERVORGEHOBEN. WIR DOKUMENTIEREN AUSZÜGE AUS DER IM AUFTRAG DER KIRCHENLEITUNGEN EINGEREICHTEN ANTWORT.

Die Alphavision AG steht der *Schweizerischen Pfingstmission (SPM)* nahe. Sie kann aufgrund ihrer Entstehungsgeschichte als eine Art Ableger der SPM bezeichnet werden. (...) Schon in den frühen achtziger Jahren machte sich die SPM daran, eine eigene Fernsehproduktion aufzubauen, um dieses Medium einer christlichen Mission im pfingstlichen Sinn dienstbar zu machen. Die SPM richtete deswegen in ihrem Zentrum in Emmetten ein professionelles Studio ein und schaffte sogar einen Übertragungswagen an. Doch wegen fehlender Sendemöglichkeiten kam die Produktion kaum über einzelne Versuche hinaus. Offenbar wurde die finanzielle Last für die kleine Freikirche zu gross. Deshalb wurde die Alphavision AG gegründet. Sie sollte sich als kommerzielles Fernsehunternehmen mit Auftragsproduktionen über Wasser halten, um so die investierten Mittel und das Knowhow für den Tag bereitzuhalten, an dem missionarisches Fernsehen in der Schweiz möglich sein würde. Diesen Zeitpunkt hält die Alphavision AG mit der Etablierung von S plus als Mischkanal für gekommen. (...)

Die Alphavision AG will für ihr "Fenster zum Sonntag" mit *Evangeliums-Rundfunk International* zusammenarbeiten. Der *Evangeliums-Rundfunk* ist ein missionierendes Radio- und Fernsehunternehmen, das von freikirchlichen und evangelikalischen Christen getragen wird.

Der Begriff *evangelikal* meint eine bestimmte theologische Auffassung und eine entsprechende Frömmigkeitspraxis, in der die persönliche Bekehrung eine zentrale Rolle spielt. Weitere Kennzeichen sind die absolute Autorität der Bibel und die Verpflichtung zu Evangelisation und Mission. Die

Evangelikalen sind hauptsächlich dem Protestantismus zugehörig, können aber nicht streng bestimmten Konfessionen und Denominationen zugeordnet werden. Die meisten Freikirchen haben eine Affinität zum evangelikalen Christentum oder sind ihm sogar ausdrücklich verpflichtet. Auch in den evangelisch-reformierten Landeskirchen gibt es Gruppierungen und Fraktionen, die sich der evangelikalen Bewegung zugehörig fühlen. Der Begriff evangelikal ist eine historisch-theologische Selbstbezeichnung der entsprechenden Gruppierungen, auch wenn sie ihn meist nicht zu ihrem "offiziellen" Namen machen. Er ist heute in der Kirchenszene geläufig.

EVANGELIKALE BENACHTELIGT?

Freikirchlich-evangelikale Gruppen hatten immer wieder beklagt, sie würden in den Programmen der SRG gegenüber den Landeskirchen benachteiligt. In der Tat gibt es zwischen Radio und Fernsehen DRS und den landeskirchlichen Mediendiensten seit 1979 Vereinbarungen, welche die Zusammenarbeit regeln. An dieser Kooperation sind die Freikirchen (mit Ausnahme der Evangelisch-methodistischen Kirche) nicht beteiligt. Als deren Sprecher unternahm der Verband Evangelischer Freikirchen und Gemeinschaften in der Schweiz (VFG) und die Schweizerische Evangelische Allianz (SEA) bei Radio und Fernsehen verschiedentlich Vorstösse, um ihre Anliegen in den Programmen unterbringen zu können. In diesen Zusammenhang gehört auch die Petition "Mehr Wort Gottes am Radio und Fernsehen", die 1981/82 von rund 100'000 Personen unterschrieben wurde.

Dokumentation

Der Evangelische Mediendienst – Organ der fünfzehn deutschschweizerischen evangelisch-reformierten Kantonalkirchen sowie der Evangelisch-methodistischen Kirche und Kooperationspartner von Radio und Fernsehen DRS – suchte einen Weg, die nicht-methodistischen Freikirchen ebenfalls einzubeziehen. Er schlug deshalb dem VFG vor, sich dem Evangelischen Mediendienst quasi als siebzehnte Mitgliedkirche anzuschliessen (Verhandlungen 1988 bis 1990). Eine solche Integration wurde jedoch vom VFG schliesslich abgelehnt, weil die Einbindung kirchlicher Anliegen in den Konzessionsauftrag der SRG nicht seinen Vorstellungen von evangelikaler Medienarbeit entsprach. (...)

KONZESSIONSAUFTRAG NICHT ABTRETEN

Die Konzession der SRG schliesst den Auftrag, religiöse und kirchliche Themen zu behandeln, mit ein. Auf eine parlamentarische Anfrage gab der Bundesrat die klare Auskunft, mit dem in der SRG-Konzession vom 18. November 1992 formulierten Programmauftrag, "die kulturellen Werte des Landes (zu) stärken" (Art. 3, Abs. 2, Lit. b), sei das Religiöse mit gemeint, da Kultur hier in einem umfassenden Sinn zu verstehen sei. Diese Auffassung entspricht der Tradition der SRG, die bisher im Programmbereich Religion eine qualifizierte redaktionelle Arbeit nach allgemeinen journalistischen Programmstandards geleistet hat.

Zu diesen Standards gehört neben Sachkenntnis, Verständnis und Fairness auch die Unabhängigkeit der Programmverantwortlichen und Programmschaffenden. Sobald eine religiöse Gruppierung als private Veranstalterin ein Programm betreibt, ist die erforderliche journalistische Distanz und damit auch die Unabhängigkeit nicht mehr gegeben. Ein solcher "Journalismus in eigener Sache" wird spätestens dann fragwürdig, wenn er faktisch an die Stelle der von der SRG verlangten Programmleistungen tritt.

Da es bei SF DRS eine Tendenz zum Abbau von Programmleistungen im Bereich Religion gibt (ein Magazin mit religiöser Thematik im Hauptabend, lange Zeit ein fester Bestandteil des Programms, ist verschwunden), möchten wir betonen, dass Privatprogramme nach Art des "Fenster zum Sonntag" kein Ersatz sein können. Eine allfällige Konzessionierung des Projekts der Alphavision AG könnte bestenfalls als zusätzliches Angebot im Programmbereich Religion gelten, niemals aber als Alternative zu den von der SRG zu erwartenden Leistungen in diesem Programmbereich.

KIRCHEN UND SERVICE PUBLIC

Die Landeskirchen als Institutionen der in unserem Kulturraum historisch und sozial verankerten Religion sind traditionell in die staatliche Ordnung mit eingebunden. Demokratische Strukturen und Verfahrensregeln in den Landeskirchen sind der wesentliche Ausdruck davon. Ausserdem gilt in diesen Kirchen ein Verständnis von christlichem Auftrag, das als starke Komponente eine Mitverantwortung für die gesamte Gesellschaft enthält.

Dieses gegenseitige Verhältnis bildet sich bisher auch in der Beziehung zwischen den Landeskirchen und der SRG als der *Service-public*-Veranstalterin ab. In der gleichen Weise, wie die Kirchen sich demokratische Strukturen und Verfahren des Staates zu eigen gemacht haben, bejahen sie auch die Autonomie der Redaktionen der *Service-public*-Medien im religiösen und kirchlichen Programmbereich. Gleichzeitig arbeiten die Kirchen durch ihre Mediendienste bei der Produktion verkündigender Sendungen partnerschaftlich mit den SRG-Redaktionen zusammen.

PARADIGMENWECHSEL ZUM MARKT

Eine Konzessionierung der Alphavision AG würde gegenüber dieser Tradition ein Signal zur grundlegenden Veränderung setzen, nämlich zu einer Entwicklung, die zu einem religiösen Markt im Fernsehen führen würde. Jede entsprechend motivierte religiöse Gruppierung, die über die nötigen Mittel verfügt, würde über kurz oder lang sich um eine Möglichkeit bemühen, mit eigenen Programmen in eigener Sache an die Öffentlichkeit zu gelangen.

Eine solche Entwicklung halten wir nicht für erstrebenswert. Sie würde nicht nur den Kirchen schaden, sondern sie könnte sich für die Gesellschaft insgesamt problematisch auswirken. Das Prinzip der Vermarktung des Religiösen ist in unserem Kulturraum bisher auf Randerscheinungen beschränkt geblieben. Das oft aggressive Wirken religiöser und parareligiöser Gruppen mit teilweise totalitärem Charakter ist auch bei begrenztem Ausmass problematisch. Doch glücklicherweise sind in unserem Land solche Erscheinungen bisher eher ungewohnt, weil das Religiöse geprägt ist von einem konfessionellen Frieden, der in Jahrzehnten der Zusammenarbeit aufgebaut wurde. Die historisch und sozial verwurzelten Kirchen haben nicht zuletzt dank ihrer Integration ins demokratische Staatswesen einen Grad der ökumenischen Verständigung und Zusammenarbeit erreicht, der international einzigartig ist. Das Zusam-

menwirken der Kirchen ist nicht nur von der gemeinsamen christlichen Identität geleitet, sondern auch geprägt von religiöser Toleranz. Dadurch fördert es nicht zuletzt die Respektierung anderer Religionen.

Die Einbindung des Religiösen in den Konzessionsauftrag der SRG entspricht dieser Realität und ist deshalb von den Kirchen stets unterstützt worden. Die Konzessionierung eines privaten Veranstalters, der faktisch das Programm einer religiösen Gruppierung verbreitet, müsste als Paradigmenwechsel betrachtet werden: Es gäbe kein inhaltliches Argument mehr, um ähnliche Begehren jedwelcher religiöser, weltanschaulicher oder ideologischer Gruppen – bis hin zur Scientology Church oder zum Verein zur Förderung der psychologischen Menschenkenntnis VPM – abzulehnen.

Durch ihre innere Struktur, ihre akzentuierte Abgrenzung gegen andere und ihren missionarischen Impetus sind geschlossene, autoritäre Gruppen besser als pluralistische Kirchen in der Lage, sich an Marktbedingungen anzupassen. Die freie Konkurrenz der Sinngewebungen, in der die Botschaften wie Produkte angepriesen werden, ist gewissermaßen das Lebenselement solcher Gruppen. Demgegenüber sind die inkulturierten Konfessionen – genau wie die Idee des *Service public* – auf einen gesellschaftlichen Gesamtzusammenhang bezogen. Ein medialer Paradigmenwechsel zum freien religiösen Markt würde den geschlossenen Gruppierungen (und besonders den aggressiv auftretenden) kräftigen Aufwind verschaffen.

Das RTVG verbietet in Art. 18, Abs. 5 die religiöse (und politische) Werbung. Damit ist der Vermarktung des Religiösen in den elektronischen Medien ein Riegel geschoben. Die Kirchen haben seinerzeit in ihrer Antwort auf die Vernehmlassung zum RTVG-Entwurf diese Bestimmung ausdrücklich begrüsst. Sie entspricht den gewachsenen religiösen Verhältnissen in der Schweiz.

Wir bitten den Bundesrat, das Konzessionsgesuch der Alphavision AG unter diesen grundsätzlichen Aspekten zu betrachten. Unsere Empfehlung lautet, das Gesuch aus den genannten prinzipiellen Erwägungen abzulehnen. *(Es folgt ein hier weggelassener Teil, der Vorschläge bringt für den Fall, dass der Bundesrat das Gesuch zu bewilligen gedenkt, und der einige rechtliche Abklärungen wünscht, die für derartige Vorhaben allgemein wichtig sind.)*

ZUSAMMENFASSUNG

Die Zulassung des Projekts "Fenster zum Sonntag", das die Alphavision AG auf S plus realisieren will, hätte präjudizierenden Charakter. Die Folge wäre die Einführung des Marktprinzips für Religion im Fernsehen. Wir halten dies für unvereinbar mit den religiösen Verhältnissen in unserem Land. Aus diesen grundsätzlichen Überlegungen empfehlen wir Ablehnung des Gesuchs.

Sollte der Bundesrat das Konzessionsgesuch dennoch bewilligen, so empfehlen wir folgende Auflagen und Klärungen:

- Der Veranstalter muss sich selbst und/ oder seine Sendung allgemein verständlich deklarieren, z.B. als evangelikal oder als Programm der Schweizerischen Pfingstmission.
- Die Rolle der Stiftung Christliches Fernsehen, die einen wesentlichen Teil der Finanzierung sicherstellen soll, ist zu klären und genau zu definieren.
- Eine allfällige Konzession ist auf eine Dauer von drei Jahren zu beschränken.

Im Zusammenhang mit dem konkret vorliegenden Konzessionsgesuch bitten wir ausserdem um Klärung rechtlicher Fragen, die von allgemeinem medienpolitischem Interesse sind:

- Ist ein Programm wie das der Alphavision AG mit Werbung gleichzusetzen?
- Ist eine Mitfinanzierung wie die durch die Stiftung Christliches Fernsehen als Sponsoring zu qualifizieren?

Die Stellungnahme vom 10. Februar 1994 erfolgte im Auftrag der Schweizerischen Bischofskonferenz, des Vorstands des Schweizerischen Evangelischen Kirchenbundes und des Christkatholischen Bischofs. Sie ist unterzeichnet von *Willi Anderau*, bischöflich Beauftragter für Radio und Fernsehen (Katholischer Mediendienst), *Matthias Loretan*, Leiter und Verantwortlicher des Ressorts Kommunikation & Medien des Katholischen Mediendienstes, und von *Urs Meier*, Verantwortlicher der Ressorts Fernsehen und Kommunikation & Medien beim Evangelischen Mediendienst. Der vollständige Text der Stellungnahme ist erhältlich bei der Redaktion ZOOM K&M.