

Kommunikation in öffentlich-rechtlichen Mediensystemen:
Eine Untersuchungsskizze zu
protestantischen Kommunikationsformen in der
Bundesrepublik nach 1945

Teresa Schall

I.

Der Deutsche Evangelische Kirchentag (DEKT) ist ein Medienereignis. Ob in Sondersendungen, Nachrichtenbeiträgen, Interviews oder Live-Übertragungen von Gottesdiensten und Podiumsdiskussionen: Die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit ist ihm bei jedem Mal gewiss. So auch im vergangenen Jahr, als er zum insgesamt vierten Mal wieder in Stuttgart zu Gast war. Medien der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten verfolgten das Geschehen in der baden-württembergischen Landeshauptstadt vom 3. bis 7. Juni 2015 und auch darüber hinaus und thematisierten neben der Losung dieses Kirchentages „damit wir klug werden“ (Psalm 90,12) auch gesellschaftspolitisch relevante Themen. Darin zeigt sich, dass im Kirchentag selbst sich der protestantische Anspruch auf gesellschaftliche Mitgestaltung inszeniert, was sich vor allem am Kirchentag 1969 in Stuttgart aufzeigen lässt, der von teils heftigen Auseinandersetzungen und Debatten geprägt war. Dies schlug sich nicht zuletzt auch in der medialen Berichterstattung nieder.

II.

Das Dissertationsprojekt „Protestantische Kommunikation in öffentlich-rechtlichen Mediensystemen“¹ fragt, im Rekurs auf die beiden Zweige des öffentlich-rechtlichen Rundfunks Hörfunk und Fernsehen, nach den „gesellschaftlichen und theologischen Strukturbedingungen“² protestantischer Beiträge in den ethischen Debatten der

1 Die Arbeit entsteht im Rahmen der DFG-Forschergruppe FOR 1765 „Der Protestantismus in den ethischen Debatten der Bundesrepublik Deutschland 1949–89“.

2 *Albrecht*, Christian: Protestantische Kommunikationsformen. In: Ders. / Anselm, Reiner (Hg.): *Teilnehmende Zeitgenossenschaft. Studien zum Pro-*

Bundesrepublik Deutschland nach 1945. Dabei will das Projekt einerseits klären, welches Öffentlichkeitsverständnis und welche Medienstrategien in diesen Beiträgen begegnen, andererseits das dabei leitende bzw. sich ausbildende protestantische Selbstverständnis analysieren.

III.

Die Motivation für die protestantische Beteiligung an der medialen Kommunikation des Rundfunks hatte zweierlei Ursachen: Zum einen wurde den evangelischen Kirchen und protestantischen Akteuren nach Ende des Zweiten Weltkrieges eine relative moralische Integrität zugesprochen, weshalb ihnen eine maßgebliche Rolle im Aufbau des Rundfunksystems zukam. Die Folge waren gesetzlich zugesicherte Sendezeiten für kirchliche Verkündigungssendungen, wie beispielsweise die Übertragung von Gottesdiensten. Zum anderen verspürten protestantische Akteure einen gesellschaftlichen Gestaltungsauftrag, dem es gerecht zu werden galt. Auch um diesen Öffentlichkeitsauftrag und -anspruch³ erfüllen zu können, fielen in die Zeit nach 1945 die Gründungen von Institutionen wie dem Deutschen Evangelischen Kirchentag und den Evangelischen Akademien⁴, Kommissionen und Arbeitskreisen, Zeitschriften und Vereinen. Solche Akteursgruppen, deren Verbindungen zum Teil bis in die Zeit der Weimarer Republik reichten, bauten die protestantischen Foren mit je spezifischen Zielsetzungen auf. Aus der Vorannahme, dass der „Protestantismus“ der Nachkriegszeit sich aus individuellen Akteuren mit Verbindungen zu kollektiven⁵ Akteuren generierte, die den Anspruch an

testantismus in den ethischen Debatten der Bundesrepublik 1949–1989. Tübingen 2015, 81–94, hier 88.

3 Vgl. bspw. *Huber*, Wolfgang: Kirche und Öffentlichkeit. Stuttgart 1973.

4 Vgl. *Schelsky*, Helmut: Ist die Dauerreflexion institutionalisierbar? Zum Thema einer modernen Religionssoziologie. In: ZEE 1 (1957), 153–174.

5 Unter die kollektiven Akteure sollen hier auch, gegen die Unterscheidung von Schimank, die korporativen Akteure fallen. Schimank differenziert zwischen kollektiven Akteuren (z. B. soziale Bewegungen) und korporativen Akteuren (z. B. formale Organisationen). Individuelle Akteure verbinden sich durch gemeinsame Interessen und Präferenzen zu einem Kollektiv, die Handlung selbst wird als kollektive Handlung bezeichnet. Vgl. *Schimank*,

sich selbst hatten, gesellschaftsgestaltend an Debatten der Gegenwart teilzunehmen, ergibt sich eine Einschränkung auf jene Akteure. Protestantismus als übergeordnete Größe wird mit den individuellen Akteuren und über sie hinaus als das Ensemble der kollektiven Akteure greifbar.

Exemplarisch werden die Medienstrategien und Intentionen des Protestantismus am Beispiel des 14. Deutschen Evangelischen Kirchentags 1969 in Stuttgart dargestellt, der sowohl im sog. Kirchenfunk⁶ als auch in diversen Nachrichtensendungen rezipiert wurde. Nachdem die 1950er Jahre vor allem vom Aufstieg des Fernsehens zum Leitmedium geprägt waren, hatte sich das Medium Fernsehen im Jahr 1969 für die Massengesellschaft etabliert. In den gesellschaftlich wie politisch sehr bewegten 1960er Jahren liegt es nahe, dass der Fokus der Publizisten und Medienmacher auf einem Ereignis wie dem Kirchentag lag, der so vielen Gruppen mit unterschiedlichen Meinungen, Agenden und Themen ein Forum bot. Aus diesen Gründen wurde der DEKT 1969 in Stuttgart als zu analysierendes mediales Großereignis gewählt⁷.

Kirchentag als Medienereignis

Kirchentage wurden als Massenereignisse auch gleichsam zu Medienereignissen, und zwar in zweierlei Hinsicht: Erstens wuchs mit steigender Teilnehmerzahl das Interesse der Öffentlichkeit und der Massenmedien an der protestantischen Laienbewegung mit der Folge, dass diese es durch ihre Mittel der Vervielfältigung zu einem noch

Uwe: Handeln und Strukturen. Einführung in die akteurstheoretische Soziologie. Weinheim / München 32007, 54f.

6 Kirchenfunkabteilungen sind nicht von der Kirche verantwortete Einrichtungen. Die Bezeichnung ist hier irreführend und wurde aufgrund dessen auch in den 1970er Jahren in den meisten Sendeanstalten geändert. Die Sender besetzen ihre Abteilungen selbst (ohne Mitspracherecht der Kirchen) – verantwortlich für den Inhalt der Sendungen sind die jeweiligen Redakteure. Der Intendant des Süddeutschen Rundfunks gar legte größten Wert darauf, diese Abteilung grundsätzlich mit Laien zu besetzen.

7 Zum Zusammenhang von Medien- und Massenereignis vgl. auch *Schroeter*, Harald: „Weil der Kirchentag ein Massenereignis ist, stellt er zugleich ein Medienereignis dar.“ In: Ders.: Kirchentag als vorläufige Kirche. Der Kirchentag als eine besondere Gestalt des Christseins zwischen Kirche und Welt. Stuttgart 1993, 319.

größeren Ereignis machen konnten. Zweitens verstand es die Leitung des Kirchentages, die Medien für sich zu nutzen und ihre Interessen an die Öffentlichkeit zu bringen. Eberhard Stammler, Publizist, Pfarrer und Mitarbeiter des Kirchentags, beschrieb diese besondere Rolle des Kirchentags als Vorreiter im Umgang mit den Massenmedien folgendermaßen: Die Kirchentage seien „beispielhafte Modellfälle“ für die Darstellung der Kirche als „Kirche für die Masse“. Dem Engagement der Kirchentagsmitarbeiter sei es zu verdanken, dass der Umgang mit modernen Massenmedien beispielhaft gezeigt werde und es danach auch für die Amtskirche keinen Anlass mehr gebe, sich den Medien des Rundfunks zu verschließen⁸.

Das Dissertationsprojekt widmet sich daher zunächst den Zielsetzungen des Stuttgarter Kirchentags, wie sie in den Vorbereitungen definiert wurden und über den Publizistenempfang⁹ an die Öffentlichkeit gelangten. Anschließend wird die tatsächliche Präsentation des DEKT durch die Medienmacher und Publizisten anhand einer detaillierten Analyse der Sendungen, bis zur Nachbereitung durch die leitenden Gremien dargestellt¹⁰. Der DEKT wurde nicht von der verfassten Evangelischen Kirche in Deutschland verantwortet, sondern von einer protestantischen Laienbewegung, die maßgeblich von Reinold von Thadden-Trieglaff vertreten wurde. Die größten publizistischen Initiativen in Bezug auf Hörfunk und Fernsehen hatten ihren Platz außerhalb der institutionellen Strukturen der EKD.

8 *Stammler*, Eberhard: *Protestanten ohne Kirche*. Stuttgart 1960, 127.

9 Der Publizistenempfang als Informationsveranstaltung für Vertreter von Rundfunk und Presse wird vom Publizistischen Ausschuss des Kirchentages in den Tagen unmittelbar vor Beginn des jeweiligen Kirchentags veranstaltet. Neben Vertretern des Publizistischen Ausschusses und Angehörigen des Präsidiums sprechen auch Journalisten zu ihren Kollegen über das Programm und die Zielsetzungen des anstehenden Kirchentages.

10 Vgl. hierzu die Analyse der „Kommentare zum Tage“ zum Kirchentag 1969 von Waldemar Besson und Johann Christoph Hampe: *Schall*, Teresa: *Kommunikation des Protestantismus. Wirkungen und Rückwirkungen von Rundfunkkommentaren zum Kirchentag 1969 auf das mediale Bild des Protestantismus*. In: Albrecht / Anselm, *Zeitgenossenschaft* (wie Anm. 2), 237–266.

Die beteiligten Akteure lassen sich weitestgehend einem Lager, dem der amtskirchenkritischen Kirchenreformer, zuordnen. Reinold von Thadden-Trieglaff, Eberhard Stammler, Hans Hermann Walz, Hans-Jürgen Schultz, Carola Wolf u. a. arbeiteten neben ihren Arbeitsgebieten im Rundfunk und beim Kirchentag auch in anderen Kontexten zusammen. Daher wird nach der Analyse des Fallbeispiels Kirchentag 1969 der Fokus auf den Akteuren des Rundfunks und Kirchentags liegen. Ihre Medienpolitik lässt sich im Groben als Forderung nach der Freiheit des Rundfunks, nach Professionalisierung und Sachkunde¹¹ und letzten Endes als Kritik an der institutionalisierten Amtskirche, zusammenfassen.

Medienpolitik

Anhand ihrer publizistischen Initiativen lässt sich der Anspruch der Akteure an gute Medienarbeit aufzeigen: Dazu gehörten die Gründungen von Fachakademien und Kommissionen, die der angestrebten Professionalisierung und der Ausbildung von Theologiestudenten zu Journalisten dienen sollten. Vor allem war aber die Förderung der Mitverantwortung der Laien ihr erklärtes Ziel. Die Frage nach der ‚Aktivierung der Laien‘ hatte in den Jahren nach 1945 Konjunktur und spielte nicht nur für die Gründung des Deutschen Evangelischen Kirchentags als ‚Laienversammlung‘ eine programmatische Rolle; auch die protestantische Rundfunkarbeit war maßgeblich vom Engagement der Laien geprägt.

In diesem Zusammenhang werden auch die parallelen Entwicklungen zur Publizistik und Medienpolitik auf EKD-Ebene betrachtet: Die Gründung der Kammer der EKD für publizistische Arbeit im Jahr 1949 war die erste Reaktion nach Ende des Zweiten Weltkriegs auf die sich verändernde Medienlandschaft. Die wenigen medienpolitischen Veröffentlichungen hinkten allerdings ihrer Zeit

11 Vor allem Kirchenrat Robert Geisendörfer, langjähriger Fernsehbeauftragter der EKD, prägte das Diktum von der „Freiheit des Rundfunks“ und einer damit verbundenen notwendigen Professionalisierung der protestantischen Rundfunkarbeit. Vgl. hierzu: Böhm, Anton (Hg.): Die Freiheit des Rundfunks. Referate und Diskussionen einer gemeinsamen Tagung der Evangelischen Akademie fuer Rundfunk und Fernsehen mit dem Direktorium der Katholischen Rundfunkarbeit in Loccum vom 27. bis 29. September 1955. München 1956.

und damit vor allem den engagierten Protestanten außerhalb der kirchlichen Strukturen nach.

Ein weiteres Augenmerk wird auf die Kirchenfunkabteilungen¹² der Sendeanstalten gelegt, wobei die Kultur-Abteilung des Süddeutschen Rundfunks unter der Leitung von Hans-Jürgen Schultz besondere Aufmerksamkeit verdient. Der Publizist machte diese Abteilung zu einer der progressivsten und liberalsten der Zeit, indem er für einen „säkularen Kirchenjournalismus“¹³ und „kritischen Religionsjournalismus“¹⁴ eintrat. Als Bindeglied zwischen der EKD und den Kirchenfunkabteilungen dienten die Rundfunkbeauftragten der EKD bei den Sendern, allen voran der Pfarrer und Publizist Robert Geisendörfer.

So kann über die exemplarische Analyse des Stuttgarter Kirchentags 1969 das protestantische Selbstverständnis, das in den ethischen Voten und ihrer selbstreflexiven Kommentierung offenbar wird, wie auch die protestantischen Sichtweisen auf diese Art medialer Kommunikation, erschlossen werden. Die Verknüpfung der Themenkomplexe Kirchentag und Rundfunk bietet darüber hinaus die Möglichkeit, den nicht nur kirchlich verfassten Protestantismus als Teilnehmer am Mediensystem in den Blick zu nehmen. Dabei wird erkennbar, dass sich das Engagement für die Laienversammlung Kirchentag wie auch für die Rundfunkarbeit auf personeller aber auch auf ideeller Ebene ähnelt. Die Topoi der Anwaltschaft, der Mündigkeit und Mitverantwortung sind sowohl für die Akteure des Kirchentags als auch des Rundfunks zentral.

IV.

Auch wenn die protestantischen Akteure nach 1945 den Umgang mit den neuen Medien, vor allem dem Fernsehen, zunächst erlernen mussten, war das Bild des Deutschen Evangelischen Kirchentages in der bundesrepublikanischen Gesellschaft von Anfang an durch ihre mediale Präsenz geprägt. Auch heute noch ist die protestantische Laienversammlung eines der meist beachteten Ereignisse kirchlicher

12 S. Anm. 5.

13 *Hannig*, Nicolai: Die Religion der Öffentlichkeit. Göttingen 2010, 132.

14 *Großbölting*, Thomas: Der verlorene Himmel. Glaube in Deutschland seit 1945. Göttingen 2013, 188.

Prägung in der Medienlandschaft. Die protestantische Kommunikation in öffentlich-rechtlichen Mediensystemen hat daher auch durch den Kirchentag erst zu ihrem Format gefunden.