

Z w i s c h e n b e r i c h t

des Ausschusses für Öffentlichkeit, Medien und Kultur

betr. Zukünftige Strategie der landeskirchlichen Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

Wolfsburg, 27. April 2009

I.**Ausgangslage**

Die 24. Landessynode hatte sich während ihrer III. Tagung mit der zukünftigen Strategie der landeskirchlichen Medien- und Öffentlichkeitsarbeit (Aktenstück Nr. 26) befasst und im Verlauf der 11. Sitzung am 27. November 2008 auf Antrag des Ausschusses für Öffentlichkeit, Medien und Kultur folgende Beschlüsse gefasst:

- "1. Die Landessynode nimmt den Zwischenbericht des Ausschusses für Öffentlichkeit, Medien und Kultur betr. Zukünftige Strategie der landeskirchlichen Medien- und Öffentlichkeitsarbeit (Aktenstück Nr. 26) zustimmend zur Kenntnis.*
- 2. Der 'Runde Tisch Medien' und der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur werden gebeten, auf der Grundlage dieses Zwischenberichtes eine Konzeption zur Bündelung der landeskirchlichen Medien- und Öffentlichkeitsstrategie in einem Medienhaus zu erarbeiten."*

(Beschlussammlung der III. Tagung Nr. 2.2.1)

Ebenfalls im Zusammenhang mit diesem Zwischenbericht des Ausschusses für Öffentlichkeit, Medien und Kultur hatte die Landessynode in der 11. Sitzung am 27. November 2008 auf Antrag des Ausschusses, ergänzt durch einen Zusatzantrag des Synodalen Dr. Hasselhorn, folgenden Beschluss zur Konzeption für ein Medienhaus der Evangelisch-lutherischen Landeskirche Hannovers gefasst:

- "Der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur wird gebeten, der Landessynode zur V. Tagung im November 2009 ein fertiges Konzept für ein Medienhaus, einschließlich einer Darstellung der entstehenden Kosten, vorzulegen, damit darüber entschieden werden kann.
Bei den weiteren Überlegungen ist die Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen zu beteiligen."*

(Beschlussammlung der III. Tagung Nr. 2.2.2)

II.

Vorgehensweise

Der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur hatte der 24. Landessynode erstmals zur III. Tagung im November 2008 über die Beratungen des Runden Tisches Medien und des Ausschusses zur zukünftigen Strategie der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit der hannoverschen Landeskirche berichtet. Zwischenzeitlich wurde die Konzeption für ein Medienhaus mit der Bündelung von landeskirchlichen Medien- und Serviceangeboten in einem Medienhaus weiter vorangetrieben und konkretisiert. Die Verhandlungen zur weiteren Zukunft der Evangelischen Zeitung (EZ) befinden sich im Frühjahr 2009 ebenfalls in einer entscheidenden Phase. Vor diesem Hintergrund hat der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur in enger Abstimmung mit dem Runden Tisch Medien beschlossen, die Landessynode mit einem weiteren Zwischenbericht über den aktuellen Stand der Verhandlungen zur EZ zu informieren und ihr zugleich eine Bewertung zu ermöglichen. Schließlich sind im Hinblick auf eine gemeinsame Umsetzung der Medienhauskonzeption in der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen Fortschritte zu berichten, über die der Zwischenbericht ebenfalls komprimiert informiert.

Der Runde Tisch Medien hat unter Vorsitz der Frau Landesbischöfin Dr. Käßmann seit der III. Tagung der Landessynode zwei weitere Male getagt. Der neue Geschäftsführer des Lutherischen Verlagshauses (LVH) und des Verbandes Evangelischer Publizistik Niedersachsen-Bremen (VEP), Herr Christof Vetter, hatte gemeinsam mit dem beauftragten Medienberater, Herrn Markus Steffen und unter Einbeziehung der Verantwortlichen für die Medienangebote, sowie der landeskirchlichen Informations- und Pressestelle, eine Konzeption für ein Medienhaus entwickelt. Sie wurde vom Runden Tisch Medien beraten und bestätigt. Der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur ist in diese Beratungen eingebunden. Auf Initiative des Ausschusses für Öffentlichkeit, Medien und Kultur fand zudem am 30. Januar 2009 ein Gespräch der Vorsitzenden der synodalen Fachausschüsse der konföderierten Kirchen statt. Der im März neu konstituierte Ausschuss für Bildungs- und Medienangelegenheiten der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen hat im April 2009 ebenfalls seine Beratungen aufgenommen.

III.

Evangelisches MedienServiceZentrum

Der Runde Tisch Medien und der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur stellen übereinstimmend fest, dass die Bündelung bestehender Medienangebote und Serviceleis-

tungen der kirchlichen Öffentlichkeitsarbeit in einem Medienhaus mit dem Arbeitstitel Evangelisches MedienServiceZentrum (EMSZ) der richtige Weg ist, um die im Aktenstück Nr. 4 der 24. Landessynode dargestellte Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit im 21. Jahrhundert für die evangelische Kirche nachhaltig zu sichern und gleichzeitig zukunftsfähig zu positionieren. In den vergangenen Jahren hat die hannoversche Landeskirche unter dem allgemeinen Einspardruck die - im Vergleich zu anderen wirtschaftlichen wie gesellschaftlichen Großorganisationen - ohnehin begrenzten Mittel für Öffentlichkeitsarbeit und die kirchlich verantworteten Medien zusätzlich weiter reduziert, obwohl dieses Arbeitsfeld gleichzeitig für eine Wahrnehmbarkeit kirchlicher Arbeit in einer zunehmend säkularisierten Welt eher an Bedeutung gewinnt. Kürzungen haben in bestimmten Angeboten zu einem Personalabbau geführt, der absehbar die Leistungsfähigkeit der Angebote gefährdet und mittelfristig die Wahrnehmbarkeit von Kirche außerhalb ihrer Kernmilieus schwächt.

Mit den Beratungen des Runden Tisches Medien ist es gelungen eine Gesamtperspektive des kirchlichen Engagements auf diesem Feld in den Blick zu nehmen. Diese Perspektive ermöglicht erst einen umfassenden Blick auf die Leistungsfähigkeit der kirchlichen Medien- und Öffentlichkeitsarbeit insgesamt. In dieser Gesamtschau können die einzelnen Angebote relativiert im Hinblick auf ihre konkrete Aufgabe hin betrachtet und eingeordnet werden. So hat beispielsweise die Diskussion um eine Zukunft der EZ und der Einführung alternativer Produkte in den Diskussionen im Plenum der 23. Landessynode unter einer fehlenden Relativierung etwa im Hinblick auf die jeweils erreichbaren Zielgruppen gelitten. Jedes Printmedium kann und soll natürlich nur jeweils bestimmte Zielgruppen ansprechen, weil für andere Zielgruppen andere Medienangebote relevant sind. Diese Erkenntnis ist ein konkretes Ergebnis der Analysen und Beratungen zur Optimierung bzw. Neuausrichtung der kirchlichen Printmedien während der Amtszeit der 23. Landessynode und der Clearinggruppe innerhalb der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen. Die hier gewonnenen Erkenntnisse bleiben für die weitere Arbeit in der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit wichtig.

Andererseits müssen die verschiedenen Medienangebote und Arbeitsbereiche intensiver miteinander kooperieren, um sich wechselseitig zu stärken. Das EMSZ ist daher aus zwei Gründen erforderlich:

1. Es ermöglicht der hannoverschen Landeskirche wie den anderen beteiligten Kirchen der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen eine strategische Positionierung ihrer medialen Angebote.

2. Zugleich ist das Zentrum auch aus der betriebswirtschaftlichen Perspektive erforderlich: Es fördert die Kooperation, stärkt Arbeitsbereiche, die allein nicht tragfähig sind und ermöglicht wirtschaftliche Synergieeffekte.

Unter dieser Prämisse setzt das EMSZ die von den Aufsichtsräten des VEP und des Evangelischen Kirchenfunks Niedersachsen (ekn) und den Landessynoden (landeskirchlich und konföderiert) vorgegebenen Aufträge um. Dabei sollen mit den verschiedenen Angeboten Menschen in der Bevölkerung erreicht werden, die an Fragen von Religion und Glaube, Gesellschaft und Kultur interessiert sind. Das EMSZ trägt entscheidend dazu bei, die im 9. Leuchtfeuer des EKD-Impulspapiers "Kirche der Freiheit" beschriebene Aufgabe der öffentlichen Wahrnehmung evangelischer Kirche für die hannoversche Landeskirche und die anderen niedersächsischen Kirchen nachhaltig umzusetzen: "Im Jahre 2030 ist die evangelische Kirche in der öffentlichen Wahrnehmung dadurch stark, dass sie gemeinsame Themen und Positionen vorgibt, die in die Gesellschaft hineingetragen und vertreten werden. Die professionelle Reflexion dieser Themen in Zuschnitt und Abfolge sowie die öffentliche Kommunikation der Themen sind die wichtigsten Voraussetzungen für eine starke und profilierte Präsenz." (vgl. Kirche der Freiheit, Perspektiven für die evangelische Kirche im 21. Jahrhundert. Ein Impulspapier des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD), Kirchenamt der EKD (HG), Hannover, 2006, S.85).

Das EMSZ vereint Publizistik und Dienstleistungen für die Landeskirche, aber ebenso für Kirchengemeinden, Kirchenkreise, Sprengel sowie Einrichtungen und Werke. Aufgabe des Zentrums ist es, die publizistische Arbeit zu den kirchlich und sozial-gesellschaftlich relevanten Institutionen zu vernetzen. Das EMSZ unterstützt die Landeskirche(n) hinsichtlich ihrer Mitgliederpflege und Mitgliedergewinnung. Es unterstreicht das innovative Engagement der Landeskirche(n) und integriert die Fundraisingaktivitäten in einem leistungsstarken Servicebereich. Hauptfunktion des EMSZ ist es, den missionarischen Auftrag "Geliebte Kirche medial in die Welt bringen" multiplikatorisch zu verbreiten und mit dem wirtschaftlichen Erfolg der Einrichtung zu verbinden.

Intensiv wurden die Ausgangslage der bestehenden Einrichtungen des LVH der Medien- und Servicebereiche untersucht, Stärken und Schwächen und sich aus ihnen ergebende Chancen herausgearbeitet. Risiken und Anforderungen an die Zukunft wurden ebenfalls herausgearbeitet. Sie werden im weiteren Verlauf der Beratungen weiter konkretisiert. In dieser Neuausrichtung werden bereits jetzt sich ergebende Chancen und Gestaltungsspielräume für Veränderungen genutzt. Die weitere Umsetzung des Konzeptes soll schrittweise erfolgen. Die vollständige crossmediale Durchdringung des EMSZ erfordert

eine Zeit des Zusammenwachsens, die von den Verantwortlichen als mit etwa zwei bis vier Jahren realistisch angesehen wird.

Notwendig sind zudem eine Phase der Positionierung, der Zusammenfassung der unterschiedlichen Dienstleistungen in einem kooperativen Miteinander und die Erarbeitung und Umsetzung einer Markenstrategie. Diese Prozesse finden in dieser umfassenden Herangehensweise zum ersten Mal in der hannoverschen Landeskirche statt.

Das EMSZ bietet Medienangebote in den Bereichen Verlag, Redaktionen, Online und Service an. Der Verlag umfasst sowohl die Buchproduktion, sowie ebenfalls die Produktion von Datenträgern, Periodika und Loseblattsammlungen. Im redaktionellen Bereich arbeiten die Redaktionen der EZ, des Evangelischen Pressedienstes (epd) und des ekn intensiv zusammen. Der Onlinebereich entwickelt Internetangebote für das eigene Haus, für die Landeskirche und weitere beteiligte Landeskirchen, aber auch für alle kirchliche Ebenen, Einrichtungen und Werke sowie anlassbezogene Internetangebote (z.B. für Kampagnen) und setzt diese um. Das Serviceangebot des EMSZ schließlich ist in der Lage, die Öffentlichkeitsarbeit für die Konföderation, Landeskirchen, Sprengel, Kirchenkreise, Kirchengemeinden, Einrichtungen und Werke zu leisten, zu unterstützen und zu begleiten. Hier werden Maßnahmen zur Mitgliederbindung und -werbung geplant und durchgeführt. Hier sind zudem die Fundraisingaktivitäten, die Kampagnenplanung und -durchführung, Hotlineangebote, die Planung und Abwicklung von Großveranstaltungen sowie Beratungs- und Fortbildungsangebote für den Bereich Publizistik, Medien, Fundraising etc. zusammengefasst. Hier werden ebenfalls Leistungen für die interne Kommunikation der Landeskirche mit den Mitarbeitenden und Ehrenamtlichen erbracht.

Je stärker und umfassender der Servicebereich positioniert ist, umso erfolgreicher kann das EMSZ am Markt agieren und gleichzeitig für alle Landeskirchen wichtige Dienstleistungen anbieten. Zusätzlich wird das EMSZ über zentrale Bereiche im Bereich Buchhaltung/Controlling sowie Vertrieb und Marketing (mit Produktion im Bereich Merchandising und Druckbetreuung für alle möglichen Auftraggeber aus dem kirchlichen Umfeld) verfügen. Eine Beschreibung der aktuellen Konzeption des EMSZ durch den Geschäftsführer des VEP/LVH ist diesem Aktenstück als Anlage beigefügt.

Alle Bereiche arbeiten transparent zueinander, die Trennwände zwischen den Außenwirkungen sind flexibel. Stabilität und Rentabilität wird durch Effizienz insbesondere in der Verlags- und Zeitschriftenproduktion, durch Einführung neuer Ertragsmodelle und innovativer Crossmedia-Angebote erlangt.

Die Arbeit der Informations- und Pressestelle der Evangelisch-lutherischen Landeskirche Hannovers wird in die Arbeit des EMSZ intensiv (beispielsweise im Hinblick auf Kampagnen, Publikationen usw.) eingebunden. Dabei bleibt jedoch die originäre Aufgabenstellung und Anbindung der Sprecherfunktion an die zuständigen landeskirchlichen Entscheidungsträger gewahrt. Die externe und interne Kommunikation der Landeskirche ist von den dafür verantwortlichen Leitungsorganen der Landeskirche strategisch zu steuern. Die beschriebene Struktur des EMSZ ist grundsätzlich sowohl landeskirchlich als auch konföderiert umsetzbar.

Das EMSZ wird sicherlich auf längere Sicht zu Einsparungen führen. Es werden bereits relativ kurzfristig wirtschaftliche Erfolge erwartet. Im Personalbereich ermöglicht die Bündelung der Arbeitsbereiche mittel- und langfristig eine Entschärfung der heute vorhandenen Personalsituation unter Vermeidung sozialer Härten. Um Synergieeffekte mittel- und langfristig erreichen zu können, sind jedoch bereits ab dem Jahr 2010 Investitionskosten für das EMSZ unvermeidlich. Eine genaue Bezifferung der einmaligen Investitionskosten sowie der mittelfristigen notwendigen Mittel für das EMSZ ist derzeit noch nicht möglich. Weder steht die abschließende Konzeption fest, noch ist der Umfang der Beteiligung der anderen Landeskirchen innerhalb der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen heute im Detail absehbar. Eine Aufstellung der durch das EMSZ entstehenden Kosten kann der Landessynode daher erst im November 2009 vorgelegt werden.

Deutlich ist bereits jetzt, dass für die einzelnen Arbeitsbereiche jeweils Mittel in den Haushalt eingestellt sind. Dies gilt auch für ein Printprodukt, wobei die im landeskirchlichen Haushalt eingestellte Summe von 400.000 Euro für das Haushaltsjahr 2010 gesperrt ist und vor einer Freigabe der Zustimmung der Landessynode zur Konzeption bedarf. Eine entsprechende Entscheidung muss spätestens ebenfalls im November 2009 erfolgen. Der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur empfiehlt der Landessynode bereits jetzt eine Grundsatzentscheidung im Hinblick auf die zukünftige Ausrichtung des Printproduktes zu treffen.

Über einmalige Investitionskosten hinaus sollte der gesamte Finanzrahmen für die kirchliche Öffentlichkeitsarbeit und Publizistik mit Blick auf die Gesamtsituation des landeskirchlichen Haushalts in den nächsten Jahren erweitert werden, damit das EMSZ seine Potenziale in der Öffentlichkeits- und Medienarbeit dauerhaft entfalten und erweitern kann. Das bisherige Volumen in der Relation zum Gesamthaushalt und zu den möglichen Aufgaben des Zentrums rechtfertigt im Hinblick auf die Bedeutung des Arbeitsbereiches

eine schrittweise Ausweitung der Aktivitäten, zumal wichtige Arbeitsbereiche wie epd und ekn in den Folgejahren einer Stärkung bedürfen, um ihre Wirksamkeit zu erhalten und sie zu stärken. Entsprechende Entscheidungen sind jedoch nach gründlicher Prüfung erst mittelfristig durch die zuständigen Gremien zu treffen. Deutlich ist, dass auch hier das Geld den überzeugenden Konzepten zu folgen hat.

Im weiteren Prozess ist eine fundierte Entscheidung der Landessynode zu den strategischen Zielen und Instrumenten der kirchlichen Medien- und Öffentlichkeitsarbeit vorzubereiten. Hierbei ist neben der externen, gerade auch die interne Kommunikation verstärkt in den Blick zu nehmen. Konkret stehen im November 2009 eine abschließende kirchenpolitische Entscheidung über das Konzept des EMSZ inklusive der künftigen Gesellschaftsform, die Gewinnung der Landeskirchen und ihrer Organe für die Idee des Dienstleistungsbereiches, insbesondere eine Klärung der Finanzierung für die notwendigen Investitionen, die Ertragsrechnung und Kalkulation möglicher Partnerschaften sowie die Klärung der Frage nach einem gemeinsamen Standort als zwingend anzugehende Aufgaben und Entscheidungen an. Zu den genannten Aspekten wird der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur der Landessynode im November 2009 abschließend berichten.

IV.

Zukunft der EZ

Wie der Ausschuss der 24. Landessynode bereits mit dem Aktenstück Nr. 26 zur III. Tagung berichtet hatte, wurden im August 2008 Verhandlungen mit dem Evangelischen Presseverband für Westfalen und Lippe begonnen – zunächst auf der Basis einer Übernahme der EZ durch eine Kooperation mit der Bielefelder Kirchenzeitung "Unsere Kirche" (UK). Vorgesehen war die Gründung einer neuen GmbH, bei der neben dem westfälischen Presseverband als Mehrheitseigner auch die bisherigen Träger der EZ einen einmaligen Gesellschafteranteil (ohne Pflicht zur Nachzeichnung) zu tragen hätten.

Eine vertiefende Analyse der bestehenden kirchlichen Medienangebote im Zusammenhang mit der Bildung eines Medienhauses zeigt jedoch, dass ein "Outsourcing" der EZ weder für die Zeitung noch für den Print- und Verlagsbereich des neuen Zentrums selbst eine optimale Lösung darstellt. Ein Medienhaus kann ohne ein Printangebot nicht funktionieren.

Das EMSZ benötigt zur Stabilisierung und mittelfristigen Positionierung am Markt zwingend ein Printprodukt mit einer zumindest mittelfristigen Perspektive. Gleichzeitig müssen die anderen Leistungen des EMSZ auch das neu aufgestellte Produkt durch die entstehenden crossmedialen Strukturen profitabler am Markt machen. Bei allen Service- und Online-Geschäftsmodellen bleibt die hohe strategische und wirtschaftliche Bedeutung des Printbereichs in der Zukunft bestehen – gerade auch bei der Zielgruppe hochverbundener Kirchenmitglieder. Um kostendeckend operieren zu können, sind Investitionen und eine Ausrichtung am Markt unerlässlich. Insbesondere bedarf das Printmedium einer eindeutigen Positionierung und Aufgabenbestimmung durch die verantwortlichen kirchlichen Gremien.

Vor diesem Hintergrund macht eine Aufgabe der EZ aus strukturellen und wirtschaftlichen Gründen keinen Sinn. Deshalb wird aus Sicht der bislang die EZ tragenden Kirchen jetzt eine Kooperation für die Zeitung angestrebt, bei der eine Herausgeberfunktion und die redaktionelle Verantwortung erhalten werden soll.

Der Verband Evangelischer Publizistik Niedersachsen-Bremen (VEP) und der Evangelische Presseverband Westfalen-Lippe sowie der Evangelische Presseverband Nord führen zu intensive Gespräche, um eine enge Zusammenarbeit im Bereich der Kirchengebetspresse zu begründen. Ziel ist es, die in Hannover wöchentlich erscheinende "Evangelische Zeitung", die in Bielefeld erscheinende Wochenzeitung "Unsere Kirche" und die in Hamburg erscheinende Wochenzeitung "Die Nordelbische" zu stärken und möglichst viel im redaktionellen, im technischen und im verwaltenden Bereich der drei Zeitungen gemeinsam zu machen. Die Zusammenarbeit soll im kommenden Jahr umgesetzt werden und für weitere Partner offen sein.

Mit dieser Information sind die drei genannten Einrichtungen, die für sechs Landeskirchen eine Kirchengebetszeitung verlegen, vor wenigen Tagen an die Öffentlichkeit getreten. Diese Verhandlungen bergen die Chance, auch bei rückläufigen Auflagenzahlen die hochverbundenen Kirchenmitglieder, die die wöchentliche Lektüre einer Zeitung mit kirchlichen Nachrichten schätzen, weiterhin über Ereignisse in der Landeskirche und den Sprengeln, in der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) und in der weltweiten Ökumene zu informieren. Sollte es gelingen, zwischen den drei bisherigen unterschiedlich verantworteten Zeitungen eine enge Zusammenarbeit zu entwickeln, wäre ein Meilenstein erreicht, den es so in der wechselhaften Geschichte der evangelischen Kirchengebetspresse noch nicht gegeben hat – mit einem klaren Mehrwert für die Abonnenten, aber auch für die Anzeigenkunden und einem zu erwartenden deutlichen Einsparpotenzi-

al: Keine dreifache Abonnementsverwaltung, keine dreifache Beauftragung freier Mitarbeitenden, keine dreifache Entwicklung von Werbestrategien, keine dreifache Druckabwicklung mehr.

Auf der anderen Seite ist, um diese Zusammenarbeit zu begründen und auf gesunde Füße stellen zu können, mittelfristig eine finanzielle Unterstützung durch die Trägerkirchen erforderlich: Die Abonnentenwerbung muss verstärkt werden, um die Auflagenzahlen auch in der hannoverschen Landeskirche zu stabilisieren, gemeinsame Technik muss angeschafft werden, Kommunikationslinien müssen gesichert werden. Dazu werden auch die Mittel der Landeskirche benötigt, die für das Haushaltsjahr 2010 bereits im Haushalt eingestellt, jedoch von der Landessynode bislang gesperrt sind.

Gespräche auf dieser Grundlage haben in den vergangenen Monaten begonnen und sollen bis zum Herbst abgeschlossen werden. Das Lutherische Verlagshaus, das für den VEP diese Gespräche führt, wird den Ausschuss laufend über die weiteren Entwicklungen informieren. Mit den begonnenen Gesprächen verbindet sich aber die begründete Hoffnung, eine Stabilisierung der EZ zu erreichen und der Zeitung damit mittelfristig eine Zukunft zu eröffnen. Diese macht es nicht mehr nötig, regelmäßig in den Landessynoden über die Zeitung zu beraten und zu debattieren, sondern gibt den Abonnenten die Sicherheit, auch morgen und übermorgen gute Informationen zu erhalten. Der Runde Tisch Medien und der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur unterstützen die Neupositionierung der Evangelischen Zeitung in diese Richtung, auch weil mit einer solchen Kooperation das Printsegment und damit das entstehende Evangelische MedienServiceZentrum nachhaltig gestärkt werden kann.

V.

Beteiligung der Konföderation

Bei den Beratungen des ersten Zwischenberichtes des Ausschusses für Öffentlichkeit, Medien und Kultur (Aktenstück Nr. 26) sprach sich die 24. Landessynode im November 2008 für eine Einbindung der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen aus. Der Ausschuss ist diesem Votum gefolgt und hat bereits vor der konstituierenden Tagung der 9. Synode der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen am 14. März 2009, die Initiative für eine weitgehende Umsetzung der EMSZ-Konzeption auf konföderierter Basis ergriffen. Am 30. Januar 2009 fand ein Treffen der Vorsitzenden bzw. stellvertretenden Vorsitzenden der Fachausschüsse der jeweiligen Landessynoden statt. Es gelang, bestehende Irritationen (vgl. Aktenstück Nr. 26) zu relativieren und den Blick

stärker auf eine gemeinsam verantwortete Lösung nach vorn zu richten. Der neue Geschäftsführer, Herr Christof Vetter, erläuterte den Anwesenden die aktuellen Überlegungen im Hinblick auf das Zentrum und die Verhandlungen zur EZ. Er kündigte an, zu diesen Themen Gespräche mit allen Landeskirchen zu führen. Diese haben zwischenzeitlich stattgefunden. Die drei "Trägerkirchen" Hannover, Braunschweig und Oldenburg sind über den VEP in die Verhandlungen zur Zukunft der EZ aktiv eingebunden.

Am 14. März 2009 hat sich der Ausschuss für Bildungs- und Medienangelegenheiten der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen konstituiert und Herrn Propst Andreas Weiß (Evangelisch-lutherische Landeskirche in Braunschweig) zu seinem Vorsitzenden gewählt. Der Ausschuss hat im April 2009 die konkreten Beratungen zu diesem Thema aufgenommen.

Bereits jetzt zeichnet sich im Hinblick auf die bereits geführten Gespräche ab, dass es in wichtigen Bestandteilen des EMSZ zu gemeinsam getragenen Lösungen der Kirchen kommen kann. Die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit besitzt eine zentrale Bedeutung für den jetzt einsetzenden Prozess einer Zusammenführung der niedersächsischen evangelischen Kirchen im Hinblick auf einen Zusammenschluss. In ersten Beratungen des Ausschusses für Bildungs- und Medienangelegenheiten der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen wurde im April 2009 das Interesse an einer Beteiligung der konföderierten Kirchen an den Beratungen zum EMSZ deutlich artikuliert.

Es herrscht Übereinstimmung in dem Ziel, ein Medienhaus soweit wie möglich konföderiert umzusetzen. Die im zweiten Halbjahr 2008 schwierige Stimmung in der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen hinsichtlich des Themas "Medien" hat sich im ersten Halbjahr 2009 spürbar entspannt. Sie gilt es jetzt für die anstehenden Verhandlungen in nachhaltige Ergebnisse umzusetzen.

Vor diesem Hintergrund spricht sich der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur dafür aus, die EZ zukünftig durch die Synode der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen synodal zu begleiten. Um unterschiedliche Beschlüsse und Beschlussfristen wie in der 23. Landessynode zu vermeiden, sollte die EZ ab dem Jahr 2010 - analog zum epd und ekn - auf konföderierter Ebene begleitet werden. Sofern auch die anderen an der EZ beteiligten Kirchen einer Übertragung der Verantwortung auf die Ebene der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen zustimmen, empfiehlt der Ausschuss der hannoverschen Landessynode ebenfalls im November einen entsprechenden Beschluss zu fassen. Insbesondere muss es darüber hinaus mittelfristig das Ziel sein, in der

Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen den Gesamtplan Öffentlichkeitsarbeit (GÖP) aus dem Jahr 1990 weiterzuentwickeln und dabei Erkenntnisse des EKD-Papiers "Mandat und Markt" (1997) mit der anstehenden Neuausrichtung dieser Arbeitsbereiche in den niedersächsischen evangelischen Kirchen zu verbinden.

VI.

Beschlussempfehlungen

Vor diesem Hintergrund stellt der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur folgende Anträge:

Die Landessynode wolle beschließen:

- 1. Die Landessynode nimmt den Zwischenbericht des Ausschusses für Öffentlichkeit, Medien und Kultur betr. Zukünftige Strategie der landeskirchlichen Medien- und Öffentlichkeitsarbeit (Aktenstück Nr. 26 A) zustimmend zur Kenntnis.*
- 2. Die Landessynode begrüßt die Bündelung der landeskirchlichen Medien- und Öffentlichkeitsangebote in einem Evangelischen MedienServiceZentrum (EMSZ) als zukunftsfähige Lösung. Dabei sollen die Landeskirchen der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen umfassend eingebunden werden. Der Landessynode ist abschließend zur V. Tagung im November 2009 zu berichten.*
- 3. Die Landessynode stimmt der Weiterführung der Evangelischen Zeitung in einem Kooperationsmodell zu. Das Landeskirchenamt wird gebeten, gemeinsam mit dem Verband Evangelischer Publizistik Niedersachsen-Bremen (VEP) und dem Lutherischen Verlagshaus (LVH) die Verhandlungen mit den beteiligten Kirchen bis zur V. Tagung abzuschließen und dem Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur fortlaufend zu berichten.*

Surborg
Vorsitzender

Anlage

GELEBTE KIRCHE MEDIAL IN DIE WELT BRINGEN**Ein EVANGELISCHES MEDIENSERVICEZENTRUM in Hannover****Projektstand: April 2009**

Landesbischöfin Dr. Margot Käbmann (2. März 2009): *Es herrscht eine Art Aufbruchstimmung – oder sagen wir jahreszeitengemäß: Frühlingsgefühl – nach Jahren, in denen wir immer nur überlegt haben, wie wir abbauen können. Das entstehende Medienhaus ist eine, ist die Chance, das merken alle, denke ich.*

Präsident Burkhard Guntau (2. März 2009): *Die Landeskirche steht vor einer notwendigen Neuordnung ihrer Medienarbeit. Öffentlichkeitsarbeit und Publizistik müssen in der Informationsgesellschaft, die sich immer schneller dreht, die christliche Botschaft vermitteln. Sie tut dies, weil es zu ihrem Auftrag gehört.*

Landesbischöfin Dr. Margot Käbmann, Vorsitzende der Aufsichtsräte von VEP und ekn (12. März 2009): *Und auch in der Publizistik, das möchte ich als VEP-Vorsitzende betonen, wächst zusammen, was zusammen gehört.*

Von der Idee eines Medienhauses zu einem Evangelischen MEDIENSERVICEZENTRUM:**Ziele**

- Kommunikation der kirchlichen Botschaft und der Nachrichten aus der Kirche an alle, die an Fragen der Religion, der Kirche, an sozialen und gesellschaftlichen Fragen interessiert sind – durch die verschiedenen Ressorts des Evangelischen MEDIENSERVICEZENTRUMS
- Vereinigung von Publizistik und Dienstleistung für die Gemeinden, Kirchenkreise, Sprengel, ihre Einrichtungen und Werke und alle kirchlich Interessierte
- Vernetzung der publizistischen Arbeit zu den kirchlich und sozial-gesellschaftlich relevanten Institutionen
- Unterstützung der Landeskirche(n) hinsichtlich ihrer Mitgliederpflege und Mitglieder-gewinnung – auch zur Sicherung finanzieller Zuwendungen wie etwa durch das Fundraising
- Hauptfunktion des Evangelischen MEDIENSERVICEZENTRUMS ist es, den missionarischen Auftrag „**GELEBTE KIRCHE MEDIAL IN DIE WELT BRINGEN**“ multiplikatorisch zu verbreiten und mit dem wirtschaftlichen Erfolg zu vereinen.

Struktur

| Geschäftsführung | | | |
|---|--|--|--|
| Kaufmännische Leitung / Controlling / Buchhaltung | | | |
| Verlag | Redaktionen | Onlinebereich | Serviceangebot |
| <ul style="list-style-type: none"> • Buchproduktion • Produktion von Datenträgern (Audio, Video, Daten) • Produktion von Periodika und Loseblattsammlungen | <ul style="list-style-type: none"> • epd • EZ • ekn | <ul style="list-style-type: none"> • Internetangebote für das eigene Haus • Internetangebote für die Landeskirche(n) • Internetangebote für die Konföderation • Internetangebote für alle kirchliche Ebenen, Einrichtungen und Werke • Anlass bezogene Internetangebote | <ul style="list-style-type: none"> • Durchführung der Öffentlichkeitsarbeit für Konföderation, Landeskirche(n), Sprengel, Kirchenkreise, Gemeinden, Einrichtungen und Werke • Planung und Durchführung von Maßnahmen zur Mitgliederbindung und Mitgliederwerbung • Hotlineangebote auf Zeit und auf Dauer • Fundraising • Kampagnenplanung und -abwicklung • Planung und Abwicklung von Jubiläen und ähnlichen (Groß-) Veranstaltungen und Kongressen • Beratungs- und Fortbildungsangebote im Bereich Publizistik, Medien, Fundraising • usw. |
| <p>Vertrieb und Marketing mit Produktion im Bereich Merchandising und Druckbetreuung für alle möglichen Auftraggeber aus dem kirchlichen Umfeld</p> | | | |
| <p>Zusammenarbeit mit dem Pressesprecher, der grundsätzlich bei kirchenleitenden Organen angebunden sein sollte „Leitungsaufgabe“</p> | | <p>Zusammenarbeit mit dem Evangelischen Rundfunkreferat „Staatsvertrag“</p> | |

Diese Struktur ist sowohl landeskirchlich als auch konföderiert (VEP) umsetzbar, auch in einzelnen Teilen – wobei der Steuerberater von LVH, VEP und ekn dringend dazu rät, dies in einer Firma zusammen zu führen

Stärken

Kompetenz
Vorhandenes Portfolio als Basis
Wirtschaftliche Denkweise
Kundenbindung
Starke Landeskirche(n)
Motivation der Mitarbeitenden

Schwächen

mangelnde Marktdurchdringung
Vertriebsschwäche
Mangelnde Infrastruktur
Abteilungs"denke"
Personalkosten / Personalsituation
Onlinebereich

Chancen

- Einheitliche Markenbildung dringend erforderlich
- Ausbau des Servicebereiches
- JointVentures mit externen Partnern in den wirtschaftlich-inhaltlich schwächeren Bereichen (EZ, LVH, Vertrieb)
- Erweiterung in neue Produktbereiche und des bestehenden Portfolios
- Online ist „ein“ Teil der Zukunft, aber noch nicht „die“ Zukunft – Neuausrichtung und Positionierung
- Hinzufügung des Fundraisings bringt neue Partnerschaften bzw. Vertriebsmöglichkeiten in beide Richtungen
- Neuausrichtung des Controllings / Buchhaltung
- Umsatzsteigerung als Grundlage, publizistisches Arbeiten zu professionalisieren
- Abteilungsübergreifende Zusammenarbeit erleichtert auch gegenseitiges Stützen und Entlastung (insbesondere im Personalbereich)

Risiken

- Zusammenführung zu einem Evangelischen MEDIENSERVICEZENTRUM führt zu hohen Erwartungen hinsichtlich Einsparungen und sofortiger wirtschaftlicher Erfolge
- erforderlich sind jedoch zunächst weitere Investitionen
- derzeitige allgemeine Konjunkturschwäche
- crossmediale Vorgehensweise benötigt auch die Zeit des Zusammenwachsens – Idee muss 2 bis 4 Jahre getragen werden
- nur langsame Entschärfung der Personalsituation unter Vermeidung sozialer Härten

Zukunft

- Zusammenführung zu einer Gesellschaftsform für großen Handlungsspielraum
- Für eine vernünftige Zukunftsgestaltung mit sinnreicher Struktur sind entsprechende Investitionen nötig
- Offenheit und Flexibilität gegenüber Kooperationsmöglichkeiten (innerhalb und außerhalb der Kirche) und neuer Vertriebswege
- Abbau bzw. Vermeidung von Doppelstrukturen innerhalb der Landeskirche und möglichst auch innerhalb der Konföderation
- Integrierung des Evangelischen MEDIENSERVICEZENTRUMS in die verschiedenen Bereiche der Landeskirche(n)

Anforderungen

- Hervorhebung des Service- und Dienstleistungscharakters des Evangelischen MEDIENSERVICEZENTRUMS
- crossmediale „mit-denkende“ Redaktionen mit selbstverständlich sich ergebenden Kontakten
- kooperatives Miteinander im Innen- und Außenverhältnis
- Kompetenz in kirchenrelevanten Schwerpunkten sowie im marktstrategischen Denken
- Bündelung der Kompetenzen in den Bereichen Verlag und Produkte sowie Redaktionen
- Finanzielle Investition in die Marktausrichtung und die Onlinestrategie
- Flexibilität im Anpassen an Marktverhältnisse

Die Zusammensetzung des MEDIENSERVICEZENTRUMS der Zukunft besteht aus Print, Rundfunk, Online, Mobile und Service – alles ist transparent und die Trennwände zwischen den Ausrichtungen sind flexibel. Stabilität und Rentabilität wird erlangt durch Effizienz insbesondere in der Verlags- und Zeitschriftenproduktion, neuer Ertragsmodelle und innovativer Crossmedia Angebote. Hierzu bedarf es eines soliden Fundamentes:

- Print profitabler machen
Bei allen Service- und Online Geschäftsmodellen bleibt die hohe strategische und wirtschaftliche Bedeutung des Printbereiches in der Zukunft bestehen – gerade auch bei der Zielgruppe hochverbundener Kirchenmitglieder. Um aus Preis, Menge und Kosten gewinnbringend operieren zu können, ist eine Ausrichtung und Investition am und in den Markt unerlässlich, d.h. es bedarf eine eindeutige Positionierung und Aufgabenbestimmung durch die Landeskirche(n).
- Service- und Dienstleistung bekannt machen
Der Service- und Dienstleistungsbereich ist ein wichtiger Baustein des neuen Evangelischen MEDIENSERVICEZENTRUMS - vorausgesetzt er wird von den Institutionen genutzt und somit gefördert. Hier wird die Basis für die weiterführende publizistische Angebotspalette der Landeskirche und ihrer Verbündeten erstellt.
- Kontrolliert das Unternehmen führen
Auch wenn klar ist, dass Crossmedia sowie Onlinewerbe- und Onlineertragsformen wachsen werden, so gibt es noch nicht ausreichende Erkenntnisse, welche Varianten am erfolgversprechendsten sind. Dazu ist ständige Marktbeobachtung geboten. Kostenrisiken dürfen nicht zum Verzicht führen, Neuland muss im Medienbereich besritten werden, um am Markt und beim Kunden zu „sichtbar“ zu bleiben. Deshalb benötigt das Evangelische MEDIENSERVICEZENTRUM einen funktionierenden Controllingbereich und ein regelmäßiges „Prüfen“ der Effizienz aller Bereiche.

Dringende Entscheidungen

- Gewinnung der Landeskirchen und ihrer Organe für die Idee des Dienstleistungsbereiches
- Personalfragen (insbesondere Controlling)
- Entscheidung über Konzept des Evangelischen MEDIENSERVICEZENTRUMS incl. Gesellschaftsform
- Klärung der Finanzierung für die notwendigen Investitionen
- Ertragsrechnung und Kalkulation von angedachten Partnerschaften
- Klärung der Frage nach einem gemeinsamen Standort