

B e r i c h t

des Ausschusses für Öffentlichkeit, Medien und Kultur

betr. Zukünftige Strategie der landeskirchlichen Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

Wolfsburg, 16. November 2009

I.**Ausgangslage**

Die 24. Landessynode hatte sich während ihrer IV. Tagung erneut mit der zukünftigen Strategie der landeskirchlichen Medien- und Öffentlichkeitsarbeit (Aktenstück Nr. 26 A) befasst und im Verlauf der 15. Sitzung am 8. Mai 2009 auf Antrag des Ausschusses für Öffentlichkeit, Medien und Kultur die folgenden 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 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."*

(Beschlusssammlung der IV. Tagung Nr. 1.2)

II.**Vorgehensweise**

Die 24. Landessynode hatte den Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur während ihrer II. Tagung (vgl. Nr. 3.2 der Beschlusssammlung der II. Tagung) und III. Tagung (vgl. Nr. 2.2.1 und Nr. 2.2.2 der Beschlusssammlung der III. Tagung) im Juni und im

November 2008 beauftragt, die gesamte kirchliche Öffentlichkeitsarbeit mit den diversen Medienangeboten zu sichten und Vorschläge für eine stärkere Zusammenarbeit und organisatorische Zusammenbindung vorzulegen. Die Aufgabe, die es dabei in den Blick zu nehmen galt, hat die Frau Landesbischöfin in ihrem Bericht während der II. Tagung der 24. Landessynode am 6. Juni 2008 auf den Punkt gebracht:

"Viele Menschen nehmen unsere Kirche nicht in der alltäglichen Begegnung wahr. Aber zu ihrer alltäglichen Welt gehören die Medien mehr denn je, und so ist die mediale Vermittlung ein entscheidender Weg für sie, um mit Kirche und Glaubenthemen in Kontakt zu treten oder zu bleiben. Will die hannoversche Landeskirche eine prägende Kraft in Niedersachsen bleiben, so sollte sie in unserer Gesellschaft den Diskurs auch klar über die Medien nutzen. Die mediale Landschaft verändert sich aber derart rasant, dass wir konzentriert und zielgerichtet handeln müssen, um unsere Landeskirche im Medienbereich gut und zeitgemäß aufzustellen."

Da die Aufgabe Gelebte Kirche medial in eine sich rasant verändernde Welt zu bringen viele Bereiche kirchlichen Handelns durchdringt, wurde ergänzend zu den Beratungen im Fachausschuss ein Runder Tisch Medien unter Vorsitz der Frau Landesbischöfin gebildet, an dem Vertreter und Vertreterinnen aller landeskirchlichen Organe eine gemeinsame zukünftige Strategie der landeskirchlichen Medien- und Öffentlichkeitsarbeit im Zusammenwirken und mit Beteiligung des synodalen Fachausschusses erarbeiten. Erstmals wurden dazu auch einige verantwortliche Leitungspersonen der Medienangebote aktiv in die Beratungen eingebunden.

Nach einer knapp zweijährigen intensiven Beratungszeit kann der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur (gemeinsam mit dem Runden Tisch Medien) der Landessynode nun eine Gesamtkonzeption für die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit zur Entscheidung vorlegen. In dem Evangelischen MedienServiceZentrum (EMSZ) werden die verschiedenen Angebote zusammengeführt. Noch wichtiger: Es entstehen Strukturen, die die Zusammenarbeit intensivieren und Synergieeffekte erzeugen. Damit wird einerseits die Zukunftsfähigkeit der gesamten Medien- und Öffentlichkeitsarbeit der hannoverschen Landeskirche gewährleistet. Andererseits kann in dieser Bündelung auch mit begrenzten finanziellen Mitteln der Auftrag des EMSZ "Gelebte Kirche medial in die Welt zu bringen" erfolgreich umgesetzt werden.

Der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur hatte die 24. Landessynode bereits in zwei Zwischenberichten über erreichte Fortschritte informiert und positive Voten über sich abzeichnende Veränderungen erbeten und erhalten. Mit einer abschließenden Ent-

scheidung während der V. Tagung kann der offizielle Startschuss für das EMSZ zum 1. Januar 2010 erfolgen. Die sukzessive Umsetzung einzelner Bereiche erfolgt dann im weiteren Verlauf der folgenden Monate. So wird die "Evangelische Zeitung" bereits Ende Januar 2010 in einem neuen Format und Layout als Kooperation der bisherigen Evangelischen Zeitung – Hannover, und "Die Nordelbische" – Hamburg als "Evangelische Zeitung" (EZ) erscheinen.

In einer zweitägigen Klausurtagung hat sich der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur im September 2009 intensiv mit der Konzeption des EMSZ und den bereits erreichten Ergebnissen beschäftigt. Diese wurden vom Ausschuss bewertet und im Hinblick auf einen zukünftigen Personal- und Finanzbedarf hin befragt. Für den zusätzlichen Personalbedarf schlagen der Ausschuss und der Runde Tisch Medien eine moderate Ausweitung des Personalrahmens in mehreren Abschnitten vor, um auf dringende Anforderungen reagieren zu können. Die Beratungsergebnisse im Einzelnen sind hierzu nachfolgend dargestellt.

III.

Evangelisches MedienServiceZentrum

Das EMSZ wird die kommunikativen und medialen Aktivitäten der hannoverschen Landeskirche und der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen bündeln und crossmedial organisieren. In ihm werden die publizistischen Angebote in der Printpublizistik (LVH, EZ) im Agenturbereich (epd Niedersachsen-Bremen), im Rundfunk (ekn) mit den verschiedenen Arbeitsfeldern der hannoverschen Landeskirche im Internet und der Öffentlichkeitsarbeit zusammengeführt und ausgebaut. Das EMSZ vereint zudem die crossmedial aufgestellte zukünftige Publizistik mit Dienstleistungsangeboten für alle Ebenen der hannoverschen Landeskirche in diesem Segment. Das herausragende Engagement der Landeskirche beim Fundraising wird durch die Integration dieses Feldes in das EMSZ langfristig gesichert und ausgebaut. Es steht Kirchengemeinden, Kirchenkreisen, Sprengeln und Einrichtungen der hannoverschen Landeskirche, aber zukünftig auch den anderen Kirchen der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen und Bremen als kompetenter Anbieter von Dienstleistungen zur Verfügung.

Das EMSZ wird ebenfalls – in enger Zusammenarbeit mit dem Haus kirchlicher Dienste (HKD) - die Planung, Organisation und Durchführung von landeskirchlichen Veranstaltungen für die Evangelisch-lutherische Landeskirche Hannovers übernehmen und diese gegebenenfalls mit Hilfe externer Dienstleister steuern. Neu aufgebaut werden insbesondere Aktivitäten und Angebote zur Mitgliederpflege und Mitgliedergewinnung.

Ziel ist es, möglichst alle Aktivitäten im Bereich Medien und Öffentlichkeitsarbeit auf landeskirchlicher Ebene in das EMSZ einzubinden, mit Ausnahme der Funktion der Pressesprecherin bzw. des Pressesprechers, die aus hoheitlichen Gründen unmittelbar an die Landeskirche angebunden bleiben muss und mit Ausnahme des Rundfunkreferates, das durch die staatsvertraglichen Regelungen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk unter anderen Voraussetzungen arbeitet. Es ist aus Sicht des Fachausschusses weitaus sinnvoller die vorhandenen Ressourcen auf landeskirchlicher Ebene im EMSZ zu bündeln, als mit einzelnen Stellen oder gar Stellenanteilen für einzelne Einrichtungen der hannoverschen Landeskirche externe wie interne Kommunikationsaufgaben wahrzunehmen oder die eigene Internetpräsenz isoliert zu pflegen. Absolutes Minimalziel muss jedoch der regelmäßige intensive Austausch aller in diesem Bereich Tätigkeiten sein, wenn tatsächlich Synergieeffekte erreicht werden sollen. Dazu gehört auch der räumliche Aspekt: Neben der strukturellen und organischen Zusammenführung der Angebote im EMSZ muss es das mittelfristige Ziel landeskirchlicher Anstrengungen sein, alle Bereiche in einer Immobilie zusammenzuführen.

In der Anlage zu diesem Aktenstück wird die Struktur des EMSZ mit seinen Geschäftsbereichen Verlag, Redaktionen, Online, Services, Marketing und Vertrieb (Öffentlichkeitsarbeit) und Kaufmännische Leitung/Geschäftsführung ausführlich beschrieben. Der Bericht beschränkt sich daher im Folgenden auf die Beratungsergebnisse des Ausschusses zu den einzelnen Bereichen und sich daraus ergebende Aufgaben.

1. Verlagsbereich

In der gegenwärtigen Aufstellung ist der Verlagsbereich im LVH mittelfristig gefährdet. Innerhalb des EMSZ kann dieses Feld jedoch dauerhaft gestärkt werden. Dieses Ziel ist wichtig, denn der Verlag ist für die Gesamtstruktur des Zentrums unverzichtbar. Dafür ist eine Verstärkung der Aktivitäten sowohl in quantitativer wie auch in qualitativer Hinsicht erforderlich. Im Jahr 2009 wurden bzw. werden 13 Titel durch das LVH an den Markt gebracht. Die mittel- bis langfristige Zielvorgabe lautet ca. 30 Bücher pro Jahr zu verlegen. In qualitativer Hinsicht ist vor allem die Kooperation der evangelischen Verlage zu verbessern. Dringend erforderlich ist eine stärkere Konzentration der evangelischen Buchverlage, um das derzeit zersplitterte Segment zu bündeln. Mittelfristig bedeutet der Begriff Konzentration eine verstärkte Zusammenarbeit der Verlage. Fusionen wären sinnvoller, sind in absehbarer Zeit aber kaum zu erreichen. Solange in Deutschland die Buchpreisbindung besteht, kann der Verlagsbereich mit diesen Optimierungen erfolgreich am Markt agieren, wobei es das Ziel ist, noch stärker als bisher kirchliche Aufträge zu gewinnen. Zur Erweiterung seines Portfolios ist zusätzliches Personal notwendig, das jedoch durch den "Einkauf" von verlagsfremden

Lektoren und durch zusätzliche Ausbildungsplätze aufgefangen werden kann. Die Finanzierung dieser Mehrkosten ist durch zu erwartende höhere Einnahmen in diesem Segment zu finanzieren. Aus Sicht des Ausschusses bedarf dieser Bereich eines permanenten Controllings im Hinblick auf die vorgegebenen Ziele.

2. Bereich Redaktionen

a) Evangelische Zeitung (EZ)

Die EZ soll ab dem nächsten Jahr in Kooperation mit der Kirchengebietspresse der Nordelbischen Kirche umgesetzt werden. Entsprechende Beschlüsse liegen in Nordelbien bereits vor. Bereits mit der Ausgabe vom 31. Januar 2010 wird die im Layout modernisierte Zeitung im etwas größeren "Berliner Format" erscheinen. Die Seiten 1, 2 und 12 des Ersten Buches werden regionalisiert, die Seiten 3 bis 11 dagegen gemeinsam für die künftige Gesamtauflage von rund 30 000 Exemplaren erstellt. Das Zweite Buch wird ebenfalls in Regionalausgaben (Seite 13 bis 23), mit Ausnahme der letzten Seite (S. 24, gemeinsame Medienseite) erscheinen. Damit bleibt gewährleistet, dass für jeden Partner der Umfang der Berichterstattung zumindest erhalten bleibt. Die Zeitung verfügt zukünftig über zwei gleichberechtigte Redaktionsstandorte.

Geplant ist auch im Verwaltungsbereich die Zusammenarbeit zu stärken, so sollen die Abonnenntenverwaltung von Hamburg aus, die überwiegende Anzeigenverwaltung von Hannover aus zentral erfolgen. Durch die Kooperation besteht die Chance, insbesondere die deutlich kleinere Redaktion in Hannover zu entlasten. Für den Austausch beider Redaktionen und zur Umsetzung gemeinsamer Aufgaben wird eine neue Redaktionsstelle geschaffen, die aus den laufenden Betriebskosten heraus finanziert werden muss.

Eine Dreier-Kooperation der beiden Zeitungen mit der Zeitung "Unsere Kirche" des Westfälischen Presseverbands ist dagegen aufgrund unterschiedlicher Bindungen an die jeweiligen Druckereien vorerst nicht umsetzbar. Sie wird jedoch als mittelfristig wünschenswerte Option im Blick behalten. Dieses strategische Ziel wird durch eine verstärkte Kooperation im redaktionellen Bereich (z. B. bei Leserreisen) aber auch durch die gemeinsamen Entscheidungen aller drei potenzieller Partner für ein neues Redaktionssystem bereits jetzt vorbereitet und kontinuierlich ausgebaut. Zudem wird mittelfristig eine Integration der Kirchenzeitung der Pommerischen Kirche (nach erfolgter Bildung der Nordkirche) angestrebt und auch mit weiteren Kirchen der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen das Gespräch gesucht.

Für die Weiterführung der EZ im Jahr 2010 ist die Aufhebung des Sperrvermerks für die bereits eingestellte Summe von 400 000 Euro durch die Landessynode erforderlich. Dieser Betrag soll auch bei einer Weiterführung in den Folgejahren nicht ansteigen. Die Finanzierung der EZ ist auch für den Fall gesichert, dass nur die Landeskirchen Hannover und Braunschweig die Zeitung ab dem Jahr 2010 tragen.

Die Ev.-luth. Landeskirche in Braunschweig hat ihre zugesagten Mittel für das kommende Jahr bereits freigegeben. Konkrete Verhandlungen zur Beteiligung der Evangelisch-reformierten Kirche werden begonnen. Ebenfalls gibt es Gespräche mit den Verantwortlichen der Landeskirchen in Oldenburg und Schaumburg-Lippe. Eine Beteiligung an der EZ ist nach aktuellem Stand jedoch zumindest für 2010 zweifelhaft. Gerade im Hinblick auf die insgesamt schwierige Situation in der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen plädiert der Ausschuss dafür, das Ziel einer zukünftig konföderiert getragenen EZ weiterzuverfolgen. Die Initiative der hannoverschen Landeskirche auf die Übertragung der Verantwortung und der synodalen Begleitung auf die Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen und die Konföderationssynode soll auf Bitten des konföderierten Bildungs- und Medienausschusses jedoch erst während der Frühjahrssynoden des Jahres 2010 abschließend entschieden werden, da dazu weiterer Beratungsbedarf in den anderen Landeskirchen besteht.

Für die hannoversche Landeskirche schlägt der Ausschuss der Landessynode vor, einer solchen Übertragung zuzustimmen, wenn die anderen Landeskirchen entsprechend votieren.

Der Ausschuss und der Runde Tisch Medien stimmen mit dem konföderierten Bildungs- und Medienausschuss darin überein, dass der neuen Evangelischen Zeitung eine mittelfristige Bestandsgarantie zwingend einzuräumen ist, um dem EMSZ und den handelnden Personen die erforderliche Gestaltungsfreiheit beispielsweise in der Abonnenten- und Anzeigenwerbung zu geben. Sofern die EZ auf die Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen übertragen wird, wird vorgeschlagen die notwendigen Haushaltsmittel (400 000 Euro je Haushaltsjahr) zunächst bis zum 31. Dezember 2014 (dem Ende der Amtszeit der 9. Synode der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen) zu befristen. Um der Konföderationssynode im März 2013 eine begründete Entscheidungsgrundlage zur Fortführung der EZ über das Jahr 2015 hinaus oder die Entwicklung einer Alternative zu ermöglichen, ist dem Fachausschuss im Frühjahr 2012 eine Evaluation der Wirksamkeit der EZ vorzulegen.

b) Evangelischer Pressedienst Niedersachsen-Bremen (epd)

Der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur und der Runde Tisch Medien stimmen mit dem Rat der EKD und der Kirchenkonferenz darin überein, dass der epd ein unverzichtbares Instrument darstellt, um kirchliche Themen erfolgreich in die säkularen Medien zu transportieren. Der epd Niedersachsen-Bremen befindet sich in Folge der Perspektiventscheidungen der 23. Landessynode in einer angespannten Situation. Der aktuelle Ausgabenrahmen von 1,106 Mio. Euro (inklusive Bremen) stellt eine Untergrenze dar, die nicht weiter gekürzt werden darf, wenn die Wirksamkeit der Arbeit nicht insgesamt gefährdet werden soll. Auf absehbare Zeit wird jedoch keine Möglichkeit zur Aufstockung der landeskirchlichen Zuschüsse gesehen. Deshalb befürwortet der Ausschuss die Absicht der Verantwortlichen, Zusatzangebote wie den Wochenspiegel einzustellen und den Briefdienst auf eine reine "pdf-Ausgabe" umzustellen und kostenecht zu verkaufen. Ziel ist es, sich auf die Kernaufgaben zu konzentrieren. Die Arbeit des epd muss zudem durch Synergieeffekte des neuen Zentrums aus den anderen Bereichen gestärkt werden. Die journalistische Qualität und die regionale Breite der Berichterstattung sind unbedingt zu erhalten. Deshalb empfiehlt der Ausschuss, den epd intensiv daraufhin zu beobachten, ob die "Türöffnerfunktion" in die säkularen Medien auch in Zukunft erreicht wird. Entwicklungen und Veränderungen des epd auf EKD-Ebene sind dabei ebenfalls in den Blick zu nehmen und eventuelle Kürzungsüberlegungen in der Zentralredaktion in Frankfurt kritisch zu prüfen.

c) Evangelischer Kirchenfunk Niedersachsen (ekn)

Die Arbeit des ekn wurde ebenfalls durch die Perspektiventscheidungen der hannoverschen Landeskirche und entsprechende Kürzungen der anderen Trägerkirchen finanziell erheblich eingeschränkt. Im Jahr 2010 stehen dem ekn 856 000 Euro für seine laufende Arbeit und rund 180 000 Euro für das Projekt "Bürgerfunk" zur Verfügung. Der ekn hat bisher die Kürzungen im Wesentlichen aufgefangen, ohne sein Angebotsportfolio einzuschränken. Dieses ist bemerkenswert, weil durch den ekn in der Spitze bis zu zwei Mio. Menschen in der für die digitalen Medien wichtigen Zielgruppe zwischen 14 und 49 Jahren erreicht werden. Zudem hat sich der ekn erfolgreich bemüht, sich durch Aufträge von anderen Sendern und der EKD zu refinanzieren und zugleich neue Medienkompetenz aufzubauen. Dieses gilt etwa auch für den Bereich TV und Video. Mit der zweitägigen Internet-Liveberichterstattung der Wahlen zum Rat der EKD Ende Oktober 2009 aus Ulm hat der Evangelische Kirchenfunk Niedersachsen für das EMSZ in Kooperation mit dem Medienhaus der Württembergischen Kirche ein deutschlandweit beachtetes

Ausrufungszeichen seiner neuen Möglichkeiten und crossmedialer Zusammenarbeit gesetzt.

Heute ist der ekn führend im Bereich von Audio- und Videoangeboten. Zudem bestehen, wie in der Anlage dargestellt, durch das neue Landesmediengesetz neue Chancen zur Gewinnung zusätzlicher Sendeplätze vor allem im TV-Bereich. Vielleicht besteht mit der Gesetzesänderung auch die Chance, eine bessere Quote der Refinanzierung zu erreichen. Andererseits ergeben sich möglicherweise durch Veränderungen in der Mediengesetzgebung langfristig auch Gefahren hinsichtlich des Verlustes von bislang rechtlich garantierten Drittsendemöglichkeiten für die Kirchen. Einer solchen Gefahr könnten die Kirchen nur mit einer hohen Qualität ihrer Beiträge begegnen, die dann auch das Interesse der Sender finden. Diese Qualität gewährleistet der ekn bereits heute. Der Ausschuss sieht deshalb die heutige Finanzausstattung für den ekn als Untergrenze an und kann keinen Spielraum für weitere Kürzungen erkennen. Die hochdynamischen Veränderungen im digitalen Bereich sind zu beobachten. Die Kirchen müssen hier in der Lage sein, mit der Kompetenz des ekn auf mittelfristige Veränderungen zu reagieren. Aktuell erkennt der Ausschuss keinen zusätzlichen Finanzbedarf. Jedoch wird für das Haushaltsjahr 2013 eine personelle Erweiterung dieses Mediums vorgeschlagen.

d) Crossmediale Zusammenarbeit im Arbeitsbereich "Redaktionen"

Der Ausschuss und der Runde Tisch Medien stimmen den in der Anlage dargestellten Maßnahmen zur Verbesserung der Zusammenarbeit uneingeschränkt zu.

3. Arbeitsbereich Internet

Gemeinsam sprechen sich der synodale Fachausschuss und der Runde Tisch Medien dafür aus, die verschiedenen Internetauftritte stärker zusammenzuführen und einzelne Portale (z. B. LVH und EZ) deutlich zu verbessern. Das Internet gewinnt als Medium – gerade auch in der crossmedialen Anwendung – (verstärkte Nutzung redaktioneller Inhalte, Blogs oder der Liveberichterstattung, Fernsehen via Internet) permanent an Bedeutung.

Das EMSZ muss und wird im kommenden Jahr im Bereich Internet einen Schwerpunkt seiner Aktivitäten setzen. Diese Schwerpunktbildung ist richtig, weil die Zahl der Internetnutzer und -nutzerinnen in allen Altersgruppen kontinuierlich weiter steigt. Die hannoversche Landeskirche wird auf diese Veränderung mit einer Verstärkung ihrer Aktivitäten und Ressourcen reagieren müssen, wenn die in den vergangenen Jahren aufgebaute führende Position etwa der evlka-Präsenz und anderer Projekte in Berei-

chen der EKD zumindest erhalten werden soll. Mit erheblichem Aufwand hat die EKD im September 2009 das neue Internetportal www.evangelisch.de gestartet, weil man die Bedeutung des Internets in seinen vielfältigen Formen ähnlich einschätzt. Mit einem erheblichen finanziellen Aufwand verfolgt die EKD das Ziel, ein evangelisches Informationsportal zu schaffen, das den Vergleich zu Angeboten wie spiegelonline standhalten soll.

Darauf muss die Evangelisch-lutherische Landeskirche Hannovers reagieren und zudem eine Anschlussfähigkeit gewährleisten. Deshalb ist der Internetbereich mit seinen zwei Stellen (Landeskirche und LVH bzw. ekn) ab dem Haushaltsjahr 2011 um eine dritte Personalstelle für die Leitung dieses Bereichs aufzustocken. Zusätzlich wird vorgeschlagen, zum gleichen Zeitraum einen Betrag von 20 000 Euro jährlich für eine fortlaufende externe Beratung und Begleitung bereitzustellen. Ohne ein permanentes "Trendscouting" der Entwicklungen besteht die Gefahr, auf Veränderungen im Netz nicht rechtzeitig zu reagieren.

4. Arbeitsbereich "Service"

Für diesen Arbeitsbereich empfehlen der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur und der Runde Tisch Medien die folgenden Maßnahmen vorzunehmen und zu erweitern:

a) Fundraising:

Das Fundraising der hannoverschen Landeskirche sollte mit seiner hohen Kompetenz in den Servicebereich des EMSZ integriert werden. Dafür sprechen inhaltliche Gründe: Das Fundraising hängt inhaltlich eng mit der Öffentlichkeitsarbeit zusammen und bedarf der medialen Unterstützung um seine Wirksamkeit zu entfalten. Deutlich werden die zusätzlichen Möglichkeiten in der crossmedialen Verbindung des Fundraisings mit den anderen Arbeitsbereichen beispielsweise bei der landeskirchenweiten Kampagne "Zukunft(s)gestalten".

Es sprechen aber auch organisatorische Gründe für die Eingliederung in das EMSZ: Ein in dieser Form aufgestelltes Fundraising kann nicht nur den Kirchenkreisen und Kirchengemeinden der Landeskirche als umfassender Dienstleister zur Verfügung stehen, sondern zukünftig auch den anderen Kirchen in Niedersachsen und Bremen, deren Größe den Aufbau einer eigenen Fundraisingarbeit nicht zulässt. Zukünftige personelle Erweiterungen dieses Bereichs müssen sich im Wesentlichen durch verstärkte Leistungen in diesem Bereich finanzieren. Eine Ausnahme bildet hierbei die zusätzliche Projektstelle für den Bereich "Theologie des Gebens und Nehmens", die

bereits von der Landessynode beschlossen wurde und möglicherweise im kommenden Jahr besetzt werden kann (vgl. hierzu Aktenstück das Nr. 3 E, Nr. 32).

b) Öffentlichkeitsarbeit und landeskirchliche Kampagnen

Hier ist vorgesehen die bisherige Informations- und Pressestelle der Landeskirche zu teilen: Die eigentliche Pressesprecherfunktion verbleibt als hoheitliche Aufgabe bei der Landeskirche. Dabei ist durch das Landeskirchenamt zu klären, ob für die stellvertretende Pressesprecherfunktion mittelfristig eine zusätzliche Stelle erforderlich ist. Diese Aufgabe wurde bisher vom Öffentlichkeitsreferenten mit übernommen, der in das EMSZ wechseln wird. Aus Sicht des Ausschusses könnte für die Größe der hannoverschen Landeskirche eine zweite Stelle angemessen sein. Zumindest ist aber eine sinnvolle Vertretungsregelung zu treffen.

Der Referent für Öffentlichkeitsarbeit wird im EMSZ dem Arbeitsbereich "Service" zugeordnet und zusätzlich mit inhaltlich leitender Funktion den Querschnittsarbeitsbereich "Marketing und Vertrieb" verantworten. Hier werden die verschiedenen Bereiche des EMSZ miteinander verzahnt. Als Beispiele hierfür wären etwa die schon erwähnte landeskirchliche Kampagne "Zukunft(s)gestalten" und Veranstaltungen wie etwa "Die 10 – das Jubiläumsfest der Landeskirche am 5. September 2009" oder auch der erste landeskirchliche Medientag am 2. November 2009 mit der Zielgruppe der Beauftragten für Öffentlichkeitsarbeit in den Kirchenkreisen und Sprengeln zu nennen. Gerade die Kampagnenfähigkeit der hannoverschen Landeskirche, das zeigen die Erfahrungen der vergangenen Jahre, gewinnt in der Außenwahrnehmung zunehmend an Bedeutung. Erforderlich ist zudem eine bessere strategische Planung von Kampagnen und herausragenden Veranstaltungen. In diesem Bereich sind vorhandene Stellenkapazitäten möglichst zu bündeln und verstärkt auf die strategische Planung, die Steuerung externer Dienstleister (Agenturen) und das Controlling hin auszurichten. Zu prüfen ist, ob mittelfristig hier eine zusätzliche Stelle für Eventmanagement in der hannoverschen Landeskirche erforderlich ist oder ob vorhandene Kapazitäten dafür ausreichen.

c) Gemeindeberatung in allen Bereichen der Evangelisch-lutherischen Landeskirche Hannovers

Die Servicefunktion für die unterschiedlichen Ebenen der Landeskirche bildet eine wesentliche Aufgabe des EMSZ. Die verschiedenen Angebote in diesem Bereich sind zu intensivieren und stärker zu koordinieren. Das EMSZ wird zudem wesentlicher Anbieter von Fort- und Weiterbildungsangeboten in diesem Segment. Daneben soll das EMSZ nach dem Wegfall der eigenen Gemeindebriefberatungsarbeit durch die

Entscheidung der 23. Landessynode auch eine verstärkte Beratung und Begleitung der Gemeindebriefarbeit leisten, um das wichtige Flächenkommunikationsmedium "Gemeindebrief" weiter zu stärken. Diese Beratung muss sich zu wesentlichen Teilen selbst refinanzieren. Ein zusätzlicher Personalbedarf wird nicht gesehen.

d) Mitgliederpflege, Mitgliederbetreuung und Gewinnung

In diesem Feld befindet sich hannoversche Landeskirche – wie die meisten anderen Landeskirchen auch – noch in den Anfängen. Natürlich müssen und sollen diese Aufgaben im Wesentlichen vor Ort in den Kirchengemeinden geleistet werden. Allerdings erfordern und ermöglichen moderne Kommunikationsmittel hierzu wichtige begleitende Angebote, die auf der Ebene der Landeskirche zu leisten sind, noch besser konföderiert wahrgenommen werden sollten. Ein Minimum hierfür bildet eine zuverlässig besetzte Hotline als zukünftige zentrale Anlaufstelle für alle Fragen rund um die Kirche und als "Beschwerdemanagement". Erfahrungen in der Württembergischen Landeskirche zeigen zudem, dass auch ein Wiedereintritt per Telefon möglich ist und ein solcher entgegen mancher Vorbehalte auch keinesfalls einen "Eintritt light" darstellt. Der Ausschuss für Öffentlichkeitsarbeit, Medien und Kommunikation schlägt vor, zu prüfen, ob hier eine zusätzliche Stelle in Verbindung mit anderen Möglichkeiten (Einsatz von Vikaren?) wichtige Akzente für die hannoversche Landeskirche setzen könnte und bittet hierzu das LVH bzw. das EMSZ und das Landeskirchenamt um die Erarbeitung einer entsprechenden Konzeption.

5. Querschnittsbereich Marketing und Vertrieb

Der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur und der Runde Tisch Medien stimmen den hier vorgestellten Ansätzen zu. Ein zusätzlicher Personalbedarf im Bereich der hannoverschen Landeskirche ergibt sich nicht, im privatwirtschaftlich organisierten Teil des EMSZ wird dieser Bereich weiter ausgebaut werden müssen. Der Aufbau und die kontinuierliche Pflege eines landeskirchenweiten Adressenmaterials muss auch nach Bildung des EMSZ als eine in Zukunft unbedingt zu gewährleistende Aufgabe sichergestellt werden. Geprüft wurde bereits, dass die vorhandenen Ressourcen (speziell bei Hard- und Software) nicht ausreichend sind.

6. Geschäftsführung – Kaufmännische Betriebsleitung – Controlling

Dieser Bereich wurde über die in der Anlage dargestellten Überlegungen hinaus nicht weiter beraten, da es sich um Aspekte handelt, die in die Zuständigkeiten der jeweiligen Aufsichtsgremien fallen. Der Ausschuss stimmt den hier gemachten Aussagen zu und bittet das Landeskirchenamt zu prüfen, inwieweit der Geschäftsführer des EMSZ

zwecks Wahrnehmung seiner beschriebenen Aufgaben in die Leitungsstrukturen der hannoverschen Landeskirche in geeigneter Weise zu integrieren ist.

Abschließend gilt festzustellen, dass die im Aktenstück und in der Anlage beschriebenen Arbeitsbereiche soweit analysiert und auf die künftige Zusammenarbeit hin ausgerichtet wurden und der offizielle Start des Evangelischen MedienServiceZentrums zum 1. Januar 2010 erfolgen soll. In den folgenden Monaten erfolgt dann sukzessive die Umsetzung der einzelnen Schritte. Der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur und der Runde Tisch Medien schlagen der Landessynode vor, die dafür notwendigen Entscheidungen zu treffen. Im Jahr 2013 sollte eine Zwischenevaluation des EMSZ erfolgen. Dazu ist der Landessynode durch den Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur zu berichten.

IV.

Finanzausstattung und zukünftiger Stellenbedarf

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass das Evangelische MedienServiceZentrum seine Arbeit und seine Ziele mit den bislang durch die hannoversche Landeskirche und den anderen Trägerkirchen für die verschiedenen Medien jeweils zur Verfügung gestellten Haushaltsmittel erreichen kann.

Dieses gilt auch für die EZ, sofern die bislang gesperrten Haushaltsmittel von 400 000 Euro im Haushaltsjahr 2010 von der Landessynode freigegeben werden. Die übrigen Bereiche des Zentrums werden sich wie bisher ohne landeskirchliches Engagement selbst finanzieren. Durch die Bündelung der Angebote lassen sich in den verschiedenen Bereichen des Hauses zudem zusätzliche Erträge erzielen. Beispielsweise wird die durch die Kooperation gestiegene Auflage der EZ der Anzeigenabteilung neue Kunden erschließen. Davon profitieren auch die Bereiche, die allein aufgrund schwacher Ertragslage oder in Folge von Kürzungen dauerhaft nicht überlebensfähig wären.

Die Landessynode hat den Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur gebeten, eine Gesamtübersicht der landeskirchlichen Mittel für das EMSZ vorzulegen. Diese darzustellen ist nicht einfach, weil nur bestimmte Medien von der hannoverschen Landeskirche finanziert werden. Andere Bereiche müssen ohne kirchliche Mittel beispielsweise innerhalb der bisherigen GmbH eigene Erträge erzielen. Diese Mittel sind nicht im Haushalt der Landeskirche dargestellt. Bestimmte Medien werden über den Haushalt der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen finanziert oder sogar von Landeskirchen außerhalb der Konföderation. Andere Medien (err e.V.) werden aus rechtlichen Gründen auch

in Zukunft außerhalb des EMSZ verbleiben. Trotzdem sollen die hierfür wesentlichen Summen dargestellt werden.

1. Insgesamt stehen dem EMSZ mit seinen Medien und Arbeitsbereichen im Haushaltsjahr 2010 die folgenden Finanzmittel aus dem landeskirchlichen Haushalt zur Verfügung:

a) Im Bereich Fundraising sind zz. 5,15 Stelle (6 Personen) vorhanden. Die Personalkosten belaufen sich zz. insgesamt auf rund 300 000 Euro. Hinzu kommen innerhalb des Bereiches die folgenden Haushaltsansätze:

- Haushaltsstelle 7610-6380 Geschäftsbedarf: 82 000 Euro
- Haushaltsstelle 9520-6530 Projektkosten Stiftungsmanagement: 90 000 Euro
- Haushaltsstelle 9220-7419 Fort- und Weiterbildung Fundraising: 52 000 Euro sowie korrespondierende Einnahmestellen aus Fundraisingaktivitäten.

b) In der Informations- und Pressestelle sind zz. 4,75 PdL-Stellen a 70 900 Euro (7 Personen), eine 0,5 Stelle eines KdP mit ca. 27 000 Euro und 2,625 Stellen privatrechtlich Beschäftigter mit Kosten von rd. 130 000 Euro (Haushaltsstelle 4120-4230 132 800 Euro). Wie vorher genannt, sind die Beihilfen nicht aufgeführt. Bei dieser Auflistung ist nicht berücksichtigt, dass der Pressesprecher und eventuell weitere Mitarbeitende bei der Landeskirche verbleiben. Die 0,5 KdP-Stelle sowie eine 0,25 PdL-Stelle sind für das Projekt "Zukunft(s)gestalten" eingesetzt und 1,0 PdL-Stelle entfällt auf die Messe- und Flughafenseelsorge sowie eine 0,5 PdL-Stelle auf die Chatseelsorge. 1 PdL-Stelle entfällt bei Pensionierung des jetzigen Stelleninhabers in ca. drei Jahren.

Dazu kommen derzeit weitere Haushaltsstellen, die für das EMSZ in den Blick zu nehmen sind:

- Die Haushaltsstelle 4120-6390 IPS Aus- und Fortbildungskosten 15 000 Euro
- Haushaltsstelle 4120-6712 Fonds für Informationsmaterial 90 000 Euro (Kampagnenfonds zweckgebunden für Kampagnen der hannoverschen Landeskirche)
- Haushaltsstelle 4120-6790 IPS Verwaltungskosten 42 000 Euro
- Haushaltsstelle 4120-7410 IPS Messedienst 29 500 Euro
- Haushaltsstelle 4139-7390 Ev. Zeitung 400 000 Euro
- Haushaltsstelle 4190-6710 epd-Briefdienst 5 000 Euro

- sowie anteilige Kosten aus der Haushaltsstelle 7610-5750 EDV-Kosten der Landeskirche in Höhe von ca. 100 000 Euro

c) Im Haushalt der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen sind veranschlagt:

- für den ekn 1 038 800 Euro
- für das Projekt Bürgerfunk 180 000 Euro
- für den VEP (epd) 964 200 Euro

d) Nachrichtlich: Im Haushalt der Evangelisch-lutherischen Landeskirche Hannovers stehen für die Fernseh- und Radiokirche beim NDR zur Verfügung (gehen nicht in das EMSZ):

- Haushaltsstelle 4220-7390 Ev. Rundfunkreferat 288 000 Euro

Mit den hier dargestellten Mitteln kann das EMSZ seine Wirksamkeit für die hannoversche Landeskirche vom kommenden Jahr an voll entfalten.

2. In einem zweiten Schritt hat der Ausschuss gemeinsam mit den Verantwortlichen für die Öffentlichkeitsarbeit und Medienangeboten mittelfristige Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen. Sicherlich ist sich der Ausschuss der finanziellen Gesamtsituation der hannoverschen Landeskirche bewusst. Trotzdem wurde in den Beratungen auch eine punktuelle Erweiterung des heutigen Stellenbestandes in Bereichen beraten, in denen die Landeskirche ihre Aktivitäten in der Zukunft entweder verstärken oder erst aufbauen muss. Dieses sind die Internetarbeit, der Bereich Mitgliedergewinnung und Mitgliederpflege, die Rundfunk- und TV-Arbeit, das Eventmanagement sowie die unmittelbare Pressearbeit. Daraus resultierend schlagen der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur und der Runde Tisch Medien eine stufenweise Aufstockung des Personalbedarfs in den genannten Bereichen vor, in denen sich ein konkreter Handlungsbedarf bereits heute abzeichnet. Diese werden vom Ausschuss gemeinsam mit den Vertretern des Landeskirchenamtes, des LVH und der IPS wie folgt beschrieben.

a) Priorität 1 (Umsetzung mit dem Haushaltsplan 2011/2012):

1. eine zusätzliche Stelle für die Leitung der Internetarbeit
2. eine Stelle Mitgliederpflege/Gewinnung/Hotline
3. zusätzliche Personalkostenanteile von 20 000 Euro für externe Beratung und Begleitung der Internetangebote

b) Priorität 2 (Umsetzung frühestens ab dem Haushaltsjahr 2013):

4. eine Stelle im ekn zur Bewältigung neuer Herausforderungen
5. eine Stelle "Eventmanagement" der Landeskirche

c) Priorität 3 (Umsetzung erst bei Nachweis eines konkreten Bedarfs durch das Landeskirchenamt)

6. eine Stelle für einen stellvertretenden Pressesprecher bzw. eine stellvertretende Pressesprecherin

Für die hier aufgeführten zusätzlichen Stellen werden das EMSZ und das Landeskirchenamt gebeten, dem zuständigen synodalen Fachausschuss eine Aufgabenbeschreibung und eine Finanzübersicht zur Beratung vorzulegen, damit dieser eine rechtzeitige Anmeldung im Rahmen der Haushaltsaufstellung erbitten kann.

Falls alle hier genannten zusätzlichen Stellen wie vorgeschlagen umgesetzt werden, ergäbe sich ein zusätzlicher Finanzbedarf von ca. 400 000 Euro ab dem Jahr 2013.

3. Zur Umsetzung des EMSZ, der notwendigen Anschaffung von Hard- und Software, eines neuen Redaktionssystems etc. sind in den Jahren 2010 und 2011 ca. 180 000 Euro einmalige Investitionskosten notwendig. Davon steht allerdings ca. die Hälfte der Summe noch aus dem Haushaltstitel "Projektkosten Neue Medien und Öffentlichkeitsstrategie der Landeskirche" als Teil der Haushaltsstelle 4130-7390 aus dem Haushaltsansatz für das Jahr 2009 zur Verfügung. Mit einer Übertragung dieser Restmittel in das Haushaltsjahr 2010 könnte der Start des EMSZ erfolgen. Die fehlende Summe wäre im Jahr 2011 zu etatisieren. Festzuhalten ist, dass die insgesamt 580 000 Euro Mehrkosten nur einen Bruchteil der in den vergangenen Jahren erfolgten Einsparungen im Einzelplan 4 (Kürzungen bei der EZ, Einstellung des Dialog, bei epd und ekn, Einstellung der Gemeindebriefberatung) darstellen und deshalb für insgesamt vertretbar angesehen werden.

Der Landessynode wird vorgeschlagen, die grundsätzliche Linie einer Ausweitung des Stellenbestandes im beschriebenen Umfang im Rahmen der Beschlussfassung dieses Aktenstücks zu unterstützen. Die konkrete Entscheidung zu den einzelnen Stellen wird jedoch erst im Rahmen der jeweiligen Haushaltsentscheidungen der Landessynode erfolgen und kann dabei die jeweilige finanzielle Gesamtsituation der hannoverschen Landeskirche berücksichtigen.

V.**Offene Aspekte und anstehende Aufgaben**

Mit dem Start des EMSZ wird die Evangelisch-lutherische Landeskirche Hannovers ihre Medien- und Öffentlichkeitsarbeit in einer effizienten und zukunftsfähigen Organisation bündeln, die gerade auch mit ihren Serviceangeboten für Kirchenkreise, Kirchengemeinden und Einrichtungen in weitaus intensiverer Form eine Unterstützung in der Öffentlichkeitsarbeit, im Fundraising, bei Veranstaltungen und in der Fortbildung leisten kann. Zudem werden die kirchlichen Medienangebote gestärkt, gut positioniert und in die Lage versetzt ihre Zielgruppen zu erreichen. Damit kann für die hannoversche Landeskirche eine jahrelange "Baustelle" geschlossen werden. Mit der abschließenden Entscheidung der Landessynode endet im November 2009 zudem das Mandat des Runden Tisches Medien, eine gemeinsame Strategie in der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit gemeinsam mit allen kirchenleitenden Organen zu beraten und abzustimmen. Schon jetzt lässt sich feststellen: ohne die Arbeit des Runden Tisches wäre dieser Auftrag nicht umsetzbar gewesen.

Trotzdem verbleiben offene Aspekte in diesem Themenfeld, die entweder direkt die Arbeit des EMSZ berühren, thematisch eng mit ihm zusammenhängen oder aber innerhalb der Kommunikation für die hannoversche Landeskirche zentrale Bedeutung besitzen. Diese können im vorliegenden Aktenstück nur in Kürze beschrieben werden. Sie waren bisher entweder nicht in der gebotenen Ausführlichkeit zu beraten oder es fehlt an Umsetzungsmöglichkeiten dafür. Um die Bandbreite des Arbeitsfeldes Kommunikation für die Landeskirche darzustellen, sollen diese offenen Aufgaben im Folgenden kurz benannt werden.

Einen wesentlichen Faktor für die künftige Arbeit des EMSZ bildet die räumliche Unterbringung desselben. Um die Zusammenarbeit der Mitarbeitenden zu intensivieren und crossmediales Denken und Handeln im Alltag zu gewährleisten, ist es notwendig, die Arbeitsbereiche in einer Immobilie zu konzentrieren, ähnlich wie es etwa im diakonischen Bereich der hannoverschen Landeskirche geschehen ist. Allerdings gestalten sich die Voraussetzungen hierfür noch komplizierter, denn neben Arbeits- und Besprechungsräumen sind hier auch Lösungen für die Technikbereiche und Studios mit in den Blick zu nehmen. Gegenwärtig lässt sich eine solche Konzentration in einem Gebäude jedoch nicht in einem finanziell vertretbaren Rahmen realisieren. Der Ausschuss und der Runde Tisch Medien empfehlen jedoch das Thema Immobilie im Blick zu behalten. Eventuell ergibt sich durch Umstrukturierungsmaßnahmen in der hannoverschen Landeskirche und die Notwendig-

keit, den landeskirchlichen Immobilienbesitz weiter zu konzentrieren, mittelfristig eine Option für das EMSZ.

Zudem wird es auch nach dem Start des EMSZ Arbeitsfelder geben, die außerhalb des Zentrums verbleiben müssen. Darunter fällt, wie bereits beschrieben, die Funktion der Pressesprecherin bzw. des Pressesprechers der Landeskirche. In diesem Zusammenhang sind auch die PdL-Stellen für die Öffentlichkeitsarbeit in den Sprengeln in die weiteren Überlegungen einzubeziehen, die ebenfalls im landeskirchlichen Haushalt (Haushaltsstelle 0510-4211, 6 x 0,5 PdL-Stellen, rund 213 000 Euro sowie 61 000 Euro Sachkosten in Haushaltsstelle 4410-7390) etatisiert sind. Die Vergrößerung der Arbeitsbereiche durch die Sprengelreduzierung hat die Aufgabendichte für die Personen signifikant erhöht. Dabei ist zu beachten, dass Stellenanteile in den zusammengelegten Sprengeln zumindest bislang erhalten wurden. Die Sprengel-Öffentlichkeitsbeauftragten leisten zudem einen wichtigen Part bei der Berichterstattung über die Arbeit der Landessynode im Internet. Im Zuge der Evaluation der Perspektivbeschlüsse hat der Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur vorgeschlagen zu prüfen, wie sich die Aufgaben durch die Sprengelreform konkret vor Ort verändert haben und ob die Funktion der Beauftragten für die Öffentlichkeitsarbeit im jeweiligen Sprengel – wie in der Vergangenheit, unverzichtbar für die hannoversche Landeskirche ist. Ebenfalls ist zu prüfen, ob die Vergrößerung des Tätigkeitsbereichs der Landessuperintendenten und Landessuperintendentinnen die Ausweitung des Aufgabenspektrums der PdL über die Öffentlichkeitsarbeit hinaus (z. B. als Referent bzw. Referentin), notwendig macht. Auf jeden Fall müsste aus diesem Personenkreis eine Vertretungsregelung der Pressesprecherfunktion der Landeskirche sichergestellt sein, solange keine entsprechende Stelle dafür geschaffen wird.

Außerhalb des EMSZ muss aus rechtlichen Gründen (NDR-Staatsvertrag) auch das Arbeitsfeld Radio- und Fernsehkirche im Norddeutschen Rundfunk (NDR) verbleiben. Der err e. V. musste in der Vergangenheit ebenfalls Einsparungen und eine Reduzierung des Finanzierungsanteils der hannoverschen Landeskirche in Folge der Veränderung des EKD-Verteilungsschlüssel für die Zuweisungen verkraften. Die besondere rechtliche Situation dieser Arbeit lässt eine Integration des err e. V. nicht zu. Zwischen dem err e. V. und dem EMSZ wird allerdings eine verstärkte Zusammenarbeit angestrebt. Dies haben die Verantwortlichen auf beiden Seiten bereits signalisiert. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist bei der Neustrukturierung der Medien auf jeden Fall im Blick zu behalten. Hierzu gilt festzuhalten, dass der Verwaltungsrat und die Mitgliederversammlung des err von einer "notwendigen und deutlichen" Erhöhung der Mitgliedsbeiträge ausgehen, um etwa die Fernseharbeit (Fernsehgottesdienste) in gewohnter Qualität gewährleisten zu können.

Auf ihre Wirksamkeit hin zu prüfen sind zudem die außerhalb des EMSZ verbleibenden Stellen und Stellenanteile bei verschiedenen landeskirchlichen Einrichtungen. Es ist jeweils zu prüfen, ob ein Erhalten dieser externen Stellen sinnvoll ist oder ob durch eine Integration der Arbeit in das EMSZ die konkrete Arbeit nicht effektiver und kostengünstiger geleistet werden kann. Der Landessynodalausschuss und der Finanzausschuss werden gebeten, diesen Aspekt bei zukünftigen Haushaltsberatungen mit in den Blick zu nehmen. Zumindest ist eine kontinuierliche Zusammenarbeit der genannten Personen mit dem EMSZ zwingend erforderlich.

Schließlich verbleiben auch nach dem Start des EMSZ für die hannoversche Landeskirche wichtige Handlungsaufgaben. Zentral ist hier der Ausbau der Internen Kommunikation mit den haupt-, neben- und ehrenamtlich tätigen Mitarbeitenden und Entscheidungsträgern der Landeskirche zu nennen. Die Interne Kommunikation ist in den nächsten Jahren in den Fokus der Öffentlichkeitsarbeit zu nehmen. Hierfür liegt dem Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur bereits ein gemeinsamer Beratungsauftrag mit dem Landeskirchenamt vor, der nach dem Start des EMSZ im nächsten Jahr intensiv zu bearbeiten ist.

Ein kleiner, aber wichtiger Baustein innerhalb dieser Aufgabe zeigt jedoch, dass beim Aufbau neuer Kommunikationswege das EMSZ für die hannoversche Landeskirche als Dienstleister tätig werden kann: Das Präsidium der 24. Landessynode hat im Oktober 2009 entschieden, das durch eine kleine Arbeitsgruppe entwickelte und vorgelegte Konzept eines Printproduktes mit aktuellen Informationen zu den Beratungen und Entscheidungen der Landessynode (auch als digitales Medium in Form eines pdf) bereits zur V. Tagung umzusetzen. In dem Heft, das Kirchenkreisvorstände, Mitglieder der Kirchenkreistage und Kirchenvorstände sowie Mitarbeitende zeitnah nach Ende der Tagung erreichen soll, werden die Beratungen und getroffenen Entscheidungen der Landessynode in journalistischer Betrachtungsweise dargestellt. Mit einem vertretbaren finanziellen Aufwand wird damit das Ziel eines Auftrages des Landessynodalausschusses vom 10. April 2008 umgesetzt. Die Erstellung des Heftes, über dessen Titel in Kürze entschieden wird, übernimmt das EMSZ mit seinen journalistischen und technischen Ressourcen.

VI.

Die Beteiligung der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen

Mit der Konstituierung der 9. Synode der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen im März 2009 ist es gelungen, die unterschiedlichen Vorstellungen der beteiligten Kirchen gemeinsam zu diskutieren. Der Vorschlag der hannoverschen Landessynode,

die EZ analog zum epd und ekn in die Verantwortung der Konföderation zu legen, hat ebenso dazu beigetragen gegenseitiges Vertrauen zu fördern, wie kontinuierliche Informationen über die Planungen zum EMSZ und das Angebot sich daran zu beteiligen. Dem heutigen Geschäftsführer des LVH und künftigen Geschäftsführer des EMSZ ist hier für sein großes Engagement und die Verhandlungen mit allen fünf niedersächsischen Kirchen und zusätzlich den Landeskirchen in Nordelbien und Bremen ebenso wie dem Vorsitzenden des Bildungs- und Medienausschusses der Konföderation zu danken.

Die umfangreichen Aktivitäten haben bereits dazu geführt, dass sich das EMSZ in konkreten Verhandlungen befindet, um für andere Landeskirchen Dienstleistungen (etwa im Printsegment) zu übernehmen. Das EMSZ ist so aufgestellt, dass möglichst viele Angebote entweder konföderiert verantwortet und umgesetzt werden können, oder verschiedene Bereiche als Dienstleister für einzelne Landeskirchen agieren können.

Offen bleibt gegenwärtig allerdings die Frage, ob es gelingen kann die Evangelische Zeitung zukünftig in gemeinsamer konföderierter Verantwortung zu tragen. Sicher ist derzeit nur ein weiteres Engagement der Landeskirchen in Hannover und in Braunschweig bei der EZ über das Jahr 2009 hinaus. Deshalb wurde auf der Sitzung des konföderierten Bildungs- und Medienausschusses am 19. Oktober 2009 beschlossen, anders als ursprünglich geplant, für die Tagungen der Landessynoden im November keine gleichlautenden Beschlussempfehlungen zur Übertragung der EZ in konföderierte Trägerschaft zu geben. Nicht nur in Hannover, sondern auch in anderen Kirchen der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen wird die Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit derzeit neu konzipiert. Zunächst sind die Entscheidungsprozesse der einzelnen Kirchen und die weiteren Verhandlungen abzuwarten. Ziel ist es, nunmehr während der Tagungen im Frühjahr 2010 entsprechende gemeinsame Beschlüsse in den einzelnen Landeskirchen zu erreichen.

Nach den jüngsten Synodenentscheidungen ist es deutlich, dass sich im Jahr 2010 nicht alle Kirchen der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen an der EZ beteiligen werden. Die Synode der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Oldenburg hat am 20. November d.J. die Einführung einer Zeitung "Evangelisch in Oldenburg" für ein halbes Jahr ausgesetzt und gleichzeitig die Weiterführung der EZ zunächst bis zum 30. Juni 2010 beschlossen. Erfreulicherweise besteht dagegen die begründete Hoffnung, dass sich nicht nur die Landeskirchen in Braunschweig und Hannover in Zukunft finanziell bei der EZ engagieren. Deshalb sollte die hannoversche Landessynode bei ihrem Angebot vom Mai 2009 bleiben, die EZ-Verantwortung auf die Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen zu übertragen, sofern diese Entscheidung auch von den anderen Träger-

kirchen bestätigt wird. Der Ausschuss wird der Landessynode dazu im Juni 2010 berichten.

VII.

Beschlussempfehlungen

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

Die Landessynode wolle beschließen:

- 1. Die Landessynode nimmt den Bericht des Ausschusses für Öffentlichkeit, Medien und Kultur betr. Zukünftige Strategie der landeskirchlichen Medien- und Öffentlichkeitsarbeit (Aktenstück Nr. 26 B) zur Kenntnis.*
- 2. Die Landessynode stimmt der Integration der landeskirchlichen Medien- und Öffentlichkeitsangebote auf der Grundlage des Aktenstücks Nr. 26 B in ein Evangelisches MedienServiceZentrum (EMSZ) ab dem 1. Januar 2010 zu.*
- 3. Die Landessynode bittet den Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur die Arbeit des EMSZ zu begleiten und insbesondere zu prüfen, ob und wie die im Aktenstück Nr. 26 B beschriebenen personellen Erweiterungen des EMSZ im Rahmen der Haushaltsplanungen der Evangelisch-lutherischen Landeskirche Hannovers umgesetzt werden können. Der Finanzausschuss ist an den Beratungen zu beteiligen.*
- 4. Das Landeskirchenamt wird gemeinsam mit dem EMSZ gebeten, dem Ausschuss für Öffentlichkeit, Medien und Kultur nach zwei Jahren eine Evaluation zur bisherigen Wirksamkeit des EMSZ und zur weiteren Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit und der Medienangebote in der hannoverschen Landeskirche vorzulegen. Der Landessynode ist zu berichten.*
- 5. Die Landessynode stimmt der Weiterführung der Evangelischen Zeitung in einem Kooperationsmodell mit der Nordelbischen Ev.-Luth. Kirche ab dem Jahr 2010 zu. Die Stärkung der EZ-Kooperation durch die Aufnahme weiterer Kooperationspartner wird von der Landessynode begrüßt.*
- 6. Die Landessynode beschließt die Aufhebung des Sperrvermerkes in Höhe von 400 000 Euro bei der Haushaltsstelle 4139-7390 (Verschiedene Projekte der Pressearbeit) im Haushaltsplan des Jahres 2010 der hannoverschen Landeskirche.*
- 7. Die Landessynode begrüßt eine Übernahme der Trägerschaft der Evangelischen Zeitung für ihren niedersächsischen Teil auf die Ebene der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen, sofern die anderen niedersächsischen Kirchen diese ebenfalls entscheiden. Die synodale Begleitung sollte in diesem Fall durch die Synode der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen wahrgenommen werden. Der Landessynode ist dazu abschließend im Juni 2010 zu berichten.*
- 8. Die Landessynode bittet das Landeskirchenamt und das EMSZ zu prüfen, ob und wie die Arbeitsbereiche des EMSZ in einer Immobilie zusammengefasst werden können.*

Surborg
Vorsitzender

Anlage

GELEBTE KIRCHE MEDIAL IN DIE WELT BRINGEN

Konzept für ein

EVANGELISCHES MEDIENSERVICEZENTRUM

in Hannover

Auf Grundlage des Aktenstückes Nr. 4 der 24. Landessynode vom Februar 2008 wurde beim „Runden Tisch Medien“ von allem Anfang an, das Ziel gesteckt, die Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit und Publizistik im 21. Jahrhundert für die evangelische Kirche ernst zu nehmen. Deshalb wurden Ziele formuliert, die eine Umstrukturierung der privatwirtschaftlich organisierten kirchlichen Publizistik und der landeskirchlichen Öffentlichkeitsarbeit zur Folge haben werden.

Strukturell soll ein „EVANGELISCHES MEDIENSERVICEZENTRUM“ entstehen, in dem die kommunikativen und medialen Aktivitäten der Landeskirche und – soweit möglich – der Konföderation gebündelt und crossmedial organisiert werden sollten. Dabei hatte sich der „Runde Tisch Medien“ auf folgende Ziele verständigt:

- Das „EVANGELISCHES MEDIENSERVICEZENTRUM“ organisiert und formt die Kommunikation der von Gesellschafterversammlungen (LVH), Aufsichtsräten (VEP, ekn) und Synoden (landeskirchlich und konföderiert) vorgegebenen Mission an die an Religion-, Kirche-, Sozial-, Gesellschaftsthemen interessierte Bevölkerung durch die verschiedenen Arbeitsbereiche des „EVANGELISCHEN MEDIENSERVICEZENTRUM“
- Das „EVANGELISCHES MEDIENSERVICEZENTRUM“ führt die bestehende publizistische Arbeit in den Bereichen Printpublizistik (LVH, EZ), im Agenturbereich (epd Niedersachsen-Bremen), im Rundfunkbereich (ekn) mit dem Engagement der Landeskirche im Internet, in der Öffentlichkeitsarbeit crossmedial zusammen und baut sie aus.
- Das „EVANGELISCHES MEDIENSERVICEZENTRUM“ vereint Publizistik und Dienstleistung für die Gemeinden, Kirchenkreis, Sprengel, ihre Einrichtungen und Werke und alle kirchlich Interessierte
- Das „EVANGELISCHES MEDIENSERVICEZENTRUM“ vernetzt die publizistische Arbeit der Landeskirche und der Konföderation auch mit anderen kirchlich und sozialgesellschaftlich relevanten Institutionen
- Das „EVANGELISCHES MEDIENSERVICEZENTRUM“ hebt das herausragende Engagement der Evangelisch-lutherischen Landeskirche Hannovers für das Fundraising und sichert das Erreichte, um es weiterhin für die Gemeinden, Kirchenkreise, Sprengel der Landeskirche, der Konföderation und in Bremen anzubieten
- Das „EVANGELISCHES MEDIENSERVICEZENTRUM“ unterstützt die Landeskirche (und die Konföderation) hinsichtlich ihrer Mitgliederpflege und Mitgliedergewinnung
- Hauptfunktion des „EVANGELISCHEN MEDIENSERVICEZENTRUMS“ ist es, den missionarischen Auftrag „GELEBTE KIRCHE MEDIAL IN DIE WELT BRINGEN“

multiplikatorisch zu verbreiten und mit wirtschaftlichem Erfolg zu vereinen. Ziel ist ein „EVANGELISCHES MEDIENSERVICEZENTRUM“ sowohl als strukturelle, organisatorische als auch in einer Immobilie zusammengeführte Einrichtung, vergleichbar den bestehenden Evangelischen Medienhäusern in Frankfurt oder Stuttgart und dem geplanten Evangelischen Medienwerk der Nordelbisch-Lutherischen Kirche. Dabei sollten die besonderen Voraussetzungen der niedersächsischen Situation mit der Konföderation Evangelischer Kirchen in Niedersachsen, der im Medienbereich eng gelebten Zusammenarbeit mit der Bremischen Kirche und die bestehenden Angebote berücksichtigt werden.

Grundlage der Überlegungen und Beratungen am „Runden Tisch Medien“, dem die Landesbischöfin vorsitzt und an dem Bischofsrat, Synode, Kolleg vertreten waren, hat dabei die Struktur des „EVANGELISCHEN MEDIENSERVICEZENTRUMS“ auf vier Säulen (sogenannten Arbeitsbereichen), dem Querschnittarbeitsbereich „Marketing und Vertrieb“ und einer „Geschäftsführung mit Kaufmännischen Betriebsleitung und Controlling“ sowie in enger Zusammenarbeit mit dem NDR-Angebot der Radiokirche und dem Pressesprecher der Evangelisch-lutherischen Landeskirche Hannovers.

In dieser Vorlage werden diese Bereiche nun strukturell umgesetzt dargestellt und bisherige erste Umsetzungen dokumentiert.

1. Verlagsbereich

Der Verlagsbereich im Lutherischen Verlagshaus ist einer der Bereiche, der zur Zeit defizitär ist, obwohl dort mit der Reihe „Gemeinsam Gottesdienst gestalten (ggg)“, herausgegeben von Jochen Arnold, ein wichtiger und beachteter Beitrag an Arbeitshilfen für die liturgische Arbeit von Haupt- und Ehrenamtlichen geliefert wird. Aber die etwa drei Bände im Jahr reichen nicht aus, diesen Bereich zu finanzieren. Die zusätzlichen Einzeltitel sind zwar nicht ohne einzelne Verkaufserfolge, können aber nach heutigem Stand nicht die nötigen Einnahmen erbringen, um diesen Bereich ausgeglichen zu führen.

Angesichts der rasenden Veränderungen im Buchmarkt (E-Book, immer kurzläufigere Titel, immer stärkere Konzentration auf wenige Verlage und Verlagsgruppen) und angesichts der schwindenden finanziellen Möglichkeiten kirchlicher Auftraggeber, gesamte Auflagen zu finanzieren, muss sich der Verlagsbereich im Lutherischen Verlagshaus auf dem Buchmarkt verkaufsorientierter aufstellen, erfolgreiche Autoren von anderen Verlagen übernehmen und neue Autoren aufbauen und platzieren.

Zudem muss in der Zusammenarbeit mit dem Bereich „Marketing und Vertrieb“ im LVH deutlicher und intensiver Werbung für die eigenen Bücher gemacht werden. Dabei sollte zwingend nach neuen Zielgruppen Ausschau gehalten werden und Absatzmöglichkeiten außerhalb des Buchhandels (Papeteriebereich, Foodbereich, Bereiche mit klaren Zuordnung zu speziellen Zielgruppen) gesucht werden. Sowohl die Quantität als auch die Qualität der Bücher, die im LVH erscheinen, müssen gesteigert werden.

Die bisherigen Maßnahmen, wie die sukzessive Änderung des Angebots, die Gestaltung neuer Buchreihen (Einfach evangelisch, Geschenkbuchreihe), die Gewinnung der Landesbischöfin als Autorin, der Aufbau neuer Autoren (Nick Baines, Oliver Köhler, Hanna Fischer) und die zunehmenden Werbeaktivität vor allem gegenüber dem Endverbraucher, benötigen langen Atem, der allen wirtschaftlichen Entwicklungen widerspricht. Kombiniert mit den Kooperationsanstrengungen durch den Bereich „Marketing und Vertrieb“ wird der Markt für Bücher aus dem LVH ausgedehnt und gestärkt.

Grundsätzlich wird im Verlagsbereich nicht mit direkten Subventionen aus der Landeskirche und der Konföderation gerechnet, aber bestehende Aufträge aus den Kirchen sollten in Absprache mit diesen als Fundament gesichert werden: Rechtssammlung, Agenden, Gottesdienstbuch und Gesangbücher. Bestehende Verträge über Periodika aus dem kirchlichen Bereich (Quatember u.ä.) müssen erhalten werden.

2. Bereich Redaktionen

a) Evangelische Zeitung (EZ)

Seit etwa sieben Jahren wird die Existenz der Kirchengebetspresse für die Landeskirchen Hannovers, Braunschweigs und Oldenburgs in Frage gestellt. Obwohl die Kirchengebetspresse EKD-weit ein moribundes Unterfangen ist, kann im Moment noch festgestellt werden, dass sie insbesondere in einer nicht internetafinen Schicht der Kirchenmitglieder identitätsbildend wirkt, ein entscheidendes Informationsmedium ist und in der publizistischen Landschaft der Kirche wichtige Kaufimpulse setzt. In aller Diskussion um die Kirchengebetspresse der vergangenen Jahrzehnte hat sich keine Alternative herausgebildet, die sich zwingend aufdrängt. Angedachte Alternativen – wie sie zum Teil in anderen Landeskirchen und bei der EKD umgesetzt wurden – schließen sich aus Kostengründen aus oder führen zum Verlust des besonderen Wertes der Abonnementsadressen.

Gespräche zu Beginn des Jahres haben gezeigt, dass verschiedene Nachbarzeitungen grundsätzlich Interesse an den Abonnenten und an dem Namen der in der Konföderation Evangelischer Kirchen Niedersachsen erscheinenden Zeitung haben, und dass Mitgliedskirchen der Konföderation, in denen die Zeitung bisher nicht erscheint, bereit sind über neue Modelle nachzudenken. Auf dieser Basis wurde primär das Ziel verfolgt, mit der Zeitung „Unsere Kirche – UK“, erscheinend in Bielefeld, und der Zeitung „Die Nordelbische“, erscheinend in Hamburg, eine Dreierkooperation zu erreichen. Obwohl die Aussichten am Anfang positiv schienen, wurde nach drei Monaten intensiven Verhandels deutlich, dass es zwar zur Einigung im redaktionellen Bereich kommen könnte, aber der Suche nach einem gemeinsamen Druckhaus sowohl in Bielefeld als auch in Hamburg klare Grenzen gesetzt sind. Entsprechend des Beschlusses des Aufsichtsrates des „Verbands Evangelischer Publizistik Niedersachsen-Bremen“ und den Absprachen mit den synodalen Ausschüssen in Hannover und Braunschweig sowie der Konföderation, wurde eine Kooperation mit der in Hamburg erscheinenden Zeitung geplant. Die erste gemeinsame Zeitung soll am 31. Januar 2010 erscheinen. Grundlage ist eine gemeinsame Redaktion mit zwei Standorten in Hannover und Hamburg. Die Gesamtleitung wird in Hamburg beheimatet sein. Außenreaktionen gibt es in Braunschweig und Kiel.

Nach dem bisherigen Kenntnisstand wird die Synode in Oldenburg ihren schon beschlossenen Ausstieg aus der EZ nicht mehr in Frage stellen, obwohl LVH/VEP der dortigen Landeskirche und dem zuständigen Ausschuss aus unserer Sicht überzeugende Angebote gemacht hat. Deshalb werden wir – so die Synode nicht anders beschließt – zum 31. Dezember die Redaktion in Oldenburg schließen und ab dem 1. Januar 2010 keine eigenständige Ausgabe Oldenburg mehr herausgeben.

Mit der Umstrukturierung soll auch eine Entlastung der hannoverschen Redaktion zu erreichen, denn die Anforderungen an diese in den vergangenen Jahren deutlich zusammengesparte Redaktion sind nicht weiter zu verantworten.

Erste Versuche, auch inhaltlich zu einer Qualitätsoffensive zu kommen, sind mit neuen Angeboten für Beilagen und der vorsichtigen Einführung von Schwerpunktthemen gegangen worden. Auch die Zahl der Beilagen zur EZ sind schon im Lauf dieses Jahres erhöht worden. Die EZ wird weiterhin einen Zuschussbedarf haben.

b) Evangelischer Pressedienst Niedersachsen-Bremen (epd)

Der Rat der EKD und die Kirchenkonferenz haben nach langen Beratungen in der von beiden eingesetzten Lenkungsgruppe für den epd je einstimmig festgestellt, dass der epd eine unverzichtbare Maßnahme für die evangelische Publizistik ist. Die Position sollte weder auf Ebene der Landeskirche(n) noch auf der Ebene der Konföderation oder der EKD in Frage gestellt werden. Kein anderes publizistisches Angebot der evangelischen Kirchen führt zu so vielen Kontakten in der Öffentlichkeit. Auf EKD-Ebene neu einsetzende Debatten, zu Gunsten anderer publizistischer Angebote beim epd Ausgaben weiter zu begrenzen, sind ebenso unverantwortlich wie die Überlegungen auf landeskirchlicher oder konföderierter Ebene, das Einsparkonzept beim epd weiter zu verfolgen. Dies würde in beiden Fällen, entweder zu erheblichem Qualitätsverlust oder zur Verlagerung von Kosten auf die landeskirchliche Ebene führen.

Unabhängig davon sollte auf EKD-Ebene über nötige Umstrukturierungen nachgedacht, die Zusammenarbeit zwischen der Zentralredaktion und den Landesdiensten verstärkt und verbessert (wie in dem Vorschlag der oben erwähnten Lenkungsgruppe ausgedrückt) und über die Einstellung einzelner, insbesondere innerkirchlicher Printangebote nachgedacht werden. Dies kann auch zu einer spürbaren Entlastung der Kosten auf landeskirchlicher und konföderierter Ebene führen.

Der epd Niedersachsen-Bremen ist mit seiner Hauptredaktion in Hannover und Außenredaktionen in Bremen, Oldenburg und Braunschweig sowie einem neu aufzubauenden Stand an so genannten „Festen Freien Mitarbeitern“ insbesondere in Göttingen, Osnabrück, Lüneburg, Hannover und Bückeburg für ein qualitativ hochwertiges Angebot an die Redaktionen ausreichend aufgestellt. Deutlich ist, dass der epd Niedersachsen-Bremen im „back-up-Bereich“ so schwach aufgestellt ist, dass dies häufig nur aus der Solidarität im gesamten Verlagshaus auszugleichen ist. Darin zeigen sich die ersten positiven Auswirkungen einer abteilungsübergreifenden Zusammenarbeit.

Ein Qualitätsverlust im Agenturangebot der Zentralredaktion würde die bisher gute bis sehr gute Abdeckung bei den säkularen Redaktionen in Niedersachsen-Bremen gefährden und muss deshalb auch von den Vertretern der Landeskirche in den Gremien auf EKD-Ebene klar widerstanden werden.

Finanziell wird das Agenturangebot der Kirche nie ohne Zuschüsse auskommen, weder auf bundesweiter noch auf regionaler Ebene. Nichtsdestotrotz kann festgestellt werden, dass der epd mit seinem zielorientierten Angebot die Agenturkrise bei den Tageszeitungen glimpflicher überstanden hat als die große Konkurrenzagentur dpa, die von den Herausgebern der Tageszeitungen genossenschaftlich selbst getragen wird. Weitere Einsparungsvorgaben auf regionaler Ebene können vom epd nicht mehr ohne erheblichen Qualitätsverlust geleistet werden. Ein Qualitätsverlust in journalistischer Hinsicht würde unweigerlich auch einen Verlust in der Abdruckquote bedeuten. Um steigende Personalkosten in den Griff zu bekommen müssen alle (!) Zusatzangebote eingestellt werden (Briefdienst, Wochenspiegel) und für den Bereich des elektronisch versandten Briefdienstes eine weniger personalintensive Lösung gefunden werden.

c) Evangelischer Kirchenfunk Niedersachsen (ekn)

Die Redaktion ekn – organisiert in einer eigenständiger GmbH – ist der Arbeitsbereich, der die die zwingend nötige Einsparmaßnahmen am aktivsten angegangen ist. Neben den vertraglichen verpflichtenden Angeboten für die Privatfunkstationen in Niedersachsen (Hitradio Antenne, ffn, Radio 21) zur Erfüllung der diesen Sendern gegeben Lizenzaufgaben und das im bestehenden Landesmediengesetz festgelegte Drittsenderecht, hat die Redaktion gezielt nach Aufträgen gesucht, die sich refinanzierten und damit auch den vorhandenen Personalstamm halten konnten. Dies ist durch Aufträge von verschiedenen anderen Sendern als auch durch Aufträge für die EKD gelungen, hat aber die Redaktion an Grenzen der Belastbarkeit geführt. Zudem hat ekn für die Landeskirche und die Konföderation in deren Auftrag ein Angebot zur Qualitätssteigerung des kirchlichen Engagements im Bürgerradio gestartet, um auch in diesem Angebot entsprechend kirchlich präsent zu sein.

Bei den zu erwartenden Änderungen im Landesmediengesetz ist davon auszugehen, dass weitere Sender – gerade auch im Bereich bewegter Bilder – über das Drittsenderecht versorgt werden müssen. Dies ist unbedingt im Interesse der evangelischen Kirche, es sollte nirgends aus Kostengründen auf das Drittsenderecht, das auch der Sicherung der Vielfalt im Angebot eines Senders dient, verzichtet werden. Auf der anderen Seite sollte die Gunst der Stunde, dass ein neues Landesmediengesetz zwingend erforderlich ist, damit genutzt werden, mit entsprechender Lobbyarbeit sich dafür einzusetzen, dass finanziell erfolgreiche Sender (Hitradio Antenne Niedersachsen und ffn) gesetzlich aufgefordert werden, von ekn bereitgestellte technische Leistungen zu bezahlen und dies nicht weiterhin auf freiwilliger Entscheidung und Vereinbarung beruht (Hitradio Antenne Niedersachsen und Radio 21).

Ekn ist führend in der EKD im Bereich Audio- und Videoangebote. Nicht nur deshalb arbeitet das Kirchenamt der EKD gern mit diesem Anbieter bei entsprechenden Planungen im Internet: Berichterstattung über die Olympischen Spiele 2008, E wie Evangelisch. Diese führende Position muss dringend ausgebaut werden, wenn weiterhin in diesem Bereich erfolgreiche Angebote gemacht werden sollen: Deshalb setzt ekn in der Zusammenarbeit mit dem LVH, der Bischofskanzlei und der IPS, unterstützt von der Hanns-Lilje-Stiftung und in Medienpartnerschaft mit bibel-tv, H1 und Bild der Frau das Konzept „12 Orte, 12 Gespräche“ um. Dieses auf zwölf Termine beschränkte Konzept ermöglicht die Ausbildung der Mitarbeitenden im ekn für crossmediales Engagement und erlaubt ein benchmarking in einem Angebotsbereich, in dem die innerkirchliche Konkurrenz zunimmt und Billiganbieter aus dem säkularen Bereich für unangemessene Unruhe sorgen, ohne dass sie die Qualität bieten, die ekn bietet. Den ersten „heißen“ und auch sehr erfolgreichen Einsatz mit dieser Technik und dem entsprechenden Team hatte ekn in Kooperation mit dem Evangelischen Medienhaus Stuttgart gGmbH mit der live-Übertragung der Ratswahl von der zweiten tagung der EKD-Synode in Ulm.

Ekn kann die beschlossenen Einsparvorgaben durch das nicht unerhebliche und weit über dem Normalmaß liegende Engagement noch ausgleichen. Weitere Einsparungen in diesem Bereich müssten zu Entlassungen und damit zu einem nicht unerheblichen Qualitätsverlust führen, die das Standing im Markt erheblich gefährden würden. Ekn hat allerdings einen zunehmenden Personalbedarf.

d) Crossmediale Zusammenarbeit im Arbeitsbereich „Redaktionen“

Bisher arbeiten die Redaktionen (epd, ekn und EZ) klar abgegrenzt. Eine erste Zusammenarbeit hat auf Ebene der Chefredakteure bereits begonnen. Erste Überlegungen, auch zwischen den Redaktionen zusammen zu arbeiten, werden fortgesetzt, auch mit gemeinsamen Klausurtagungen.

3. Arbeitsbereich: „Internet“

Der Bereich Internet braucht eine komplexe arbeitstechnische Zusammenführung der vorhandenen Internetauftritte

a) auf landeskirchlicher und konföderierter Ebene:

- evlka.de – mit allen untergeordneten Microsites, darunter auch 12Orte.de
- kirche-in-niedersachsen.de

b) die auf EKD-Ebene aus gut verstandenem Subsidiaritätsprinzip mit durch Hannover verantworteten Internetauftritte

- kirche-entdecken.de
- unsere-zeiten.de

c) auf Ebene der bisherigen Auftritte der Knochenhauerstraße

- medienzentrum.de / lvh.de / EZ.de /epd-Niedersachsen-Bremen.de
- ekn.de
- bibli.com

und eine verstärkte Zusammenarbeit sowohl auf inhaltlicher wie technischer Basis mit evangelisch.de

Die angesprochenen Internetangebote sind nach technischer, finanzieller und in inhaltlicher Hinsicht auf extrem unterschiedlichem Stand. Die Angebote des LVH sind von einem modernen Internetangebot meilenweit entfernt und ihnen fehlt jeglicher Aspekt der Aktualität, der im Internet zwingend ist. Die für den EKD-Bereich gemachten Angebote brauchen ständige Pflege und haben deshalb einen weiteren Finanz- und Personalbedarf, der aber nach dem aus landeskirchlicher Verantwortung entsprechend dem Subsidiaritätsprinzip weiter erbracht werden sollte. Die landeskirchlichen Angebote erfordern kontinuierliche Aktualisierung und Begleitung. Dabei gehören die landeskirchlichen Auftritte Hannovers anerkannter Weise zu den führenden Angebote im Bereich der EKD.

Darüber hinaus müssen die weiter fortschreitende technische Entwicklungen im Internetbereich ständig beobachtet werden, um auch weiterhin ein gutes und aktuelles Angebot liefern zu können. Die Einführung von evangelisch.de führte zu neuen Herausforderungen auch für andere Anbieter im evangelischen Bereich, muss aber auch zu einer verstärkten Zusammenarbeit führen. Die EKD investiert in diesen Internetauftritt eine sehr hohe Summe, was zum Erfolg verpflichtet. Evangelisch.de wird – auch durch die begleitenden Marketingmaßnahmen – zur Dachmarke aller evangelischen Auftritte im Netz werden.

Der Aufbau eines funktionierenden Arbeitsbereiches „Internet“ im „EVANGELISCHEN MEDIENSERVICEZENTRUM“ kann nur mit einem „gesunden“ Personalstamm und vertretbaren Sachkostenmitteln verwirklicht werden. Der Ausschuss der Synode schlägt vor, dafür eine weitere Stelle vorrangig einzurichten, so dass in dem Bereich mit 3 Mitarbeitern gearbeitet werden kann – zwei landeskirchlichen und einem aus der GmbH.

4. Arbeitsbereich „Service“

Diesen Arbeitsbereich aufzubauen und im Lauf des Jahres 2010 umzusetzen, wird die besondere Herausforderung sein, da dies bisher im Bereich der EKD ohne vergleichbares Vorbild ist und echte Maßstäbe bundesweit setzen kann. Verquickt werden das im Bereich der EKD herausragende Engagement im Fundraisingbereich mit der Öffentlichkeitsarbeit und einer in vielen EKD-Kirchen oft angedachten, aber letztendlich nie umgesetzten, langfristig ausgerichteten und strukturierten Maßnahmen zur Mitgliederpflege, Mitgliederbindung und Mitgliedergewinnung. Dies wird sich mittelbar auf das Kirchensteueraufkommen auswirken.

a) Fundraising

Das für andere Landeskirche und die EKD klare Maßstäbe setzende Fundraising der hannoverschen Landeskirche soll so fortgesetzt werden und braucht deshalb eine klare Anbindung in der Struktur der Öffentlichkeitsarbeit und der Servicearbeit für die Kirchengemeinden. Während das HKD deutlich die inhaltliche Servicearbeit für die Kirchengemeinden verstärkt und weiter verstärken soll, muss das EMSZ eine verstärkte Seviceleistung für die Öffentlichkeitsarbeit liefern – ein Angebot, das in den vergangenen Jahren entgegen dem Bedarf eher abgebaut als verstärkt wurde.

Deshalb soll im Bereich Fundraising sowohl die Beratung und die Begleitung von Fundraisingprojekten im Bereich der Kirchengemeinden und Kirchenkreise gesichert werden, als auch Fundraisingkonzepte auf landeskirchlicher Ebene und – hoffentlich zukünftig – auf konföderierter Ebene umgesetzt werden (wie etwas „Zukunft<s>gestalten“).

Das braucht personell und strukturell drei Ansätze:

- Die Abordnung der Personen, die bisher im Bereich des Landeskirchenamt Fundraisingarbeit machen sowie auch der dafür zur Verfügung gestellten Sachkosten
- Die weitgehende Zentrierung anderer Fundraisingaktivitäten im EMSZ. Mit dem Diakonischen Werk ist darüber schon Einigkeit erreicht und ein entsprechender Vertrag mit Finanzierung ausgehandelt. Mit anderen Einrichtungen, die entsprechende Überlegungen haben (wie etwa Schulwerk), muss noch gesprochen werden. Ziel ist es, die Fundraisingaktivitäten in der Landeskirche zu stärken und zielgenauer zu bündeln.
- Aufnahme und Begleitung von Fundraisingsaktivitäten in der Konföderation und in Bremen.

b) Öffentlichkeitsarbeit und landeskirchliche Kampagnen

Die Verbindung von Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising bedeutet für beide – artverwandte – Aktivitäten eine win-win-Situation, die zu verschenken sträflich wäre. Dabei soll die Öffentlichkeitsarbeit für die Landeskirche und die Öffentlichkeitskampagnen der Landeskirche deutlich und klar mit den sonstigen publizistischen Aktivitäten verknüpft und – in enger Zusammenarbeit – mit dem Querschnittarbeitsbereich „Marketing und Vertrieb“ erheblich gestärkt werden.

Der Referent für Öffentlichkeitsarbeit bekommt deshalb im EMSZ eine einmalige und herausragende Funktion: Er wird sowohl dem Arbeitsbereich „Service“ zugeordnet

als auch mit inhaltlich leitender Funktion dem Querschnittarbeitsbereich „Marketing und Vertrieb“. Das erlaubt die Koordinierung der Aktivitäten zwischen dem Verlag, den Redaktionen, dem Internet, dem Fundraising und den Kampagnen der Landeskirchen, wie sie bisher nur ansatzweise gehandhabt wurde.

Zu welchem Ergebnis ein solche Verknüpfung führen kann, hat allein die – noch nicht stark koordinierte – Zusammenarbeit im Projekt „Zukunft<s>gestalten“ gezeigt, bei dem ein Großteil der eingegangenen Spenden durch Vertriebsadressen des LVH, vornehmlich der EZ, rekrutiert werden konnte. Synergieeffekte sind an anderer Stelle durchaus vorstellbar, bedürfen aber der kurzen Wege, die mit der doppelten Funktion des Referenten für Öffentlichkeitsarbeit erreicht werden. Andere zaghafte Versuche finden zur Zeit damit statt, Ideen der Landeskirche in die Werbung des LVH aufzunehmen – ein strukturierte und durchdachter Austausch würde die Effektivität steigern und die Kosten dadurch mindern.

Kooperationsabsprachen für den den Bereich „Öffentlichkeitsarbeit“ sind sowohl mit dem Diakonischen Werk als auch mit dem HKD erfolgversprechend begonnen.

Die Steuerung und der Auftrag der Öffentlichkeitsarbeit der und für die Landeskirche bleibt bei dieser Umstrukturierung den kirchenleitenden Organen vorbehalten, aber das „EVANGELISCHE MEDIENSERVICEZENTRUM“ ist mit seiner Kompetenz und seinen Erfahrungen immer bereit, effektive Vorschläge zu unterbreiten, sowie Entwicklung, Produktion und Umsetzung crossmedial durchführen.

c) Gemeindeberatung in allen Bereichen der Öffentlichkeitsarbeit

Die bestehende Beratungs- und Fortbildungsangebote für die Bereiche der Öffentlichkeitsarbeit durch das IPS und die in den Sprengeln Beauftragten soll stärker und zielorientierter koordiniert und – so weit nicht schon geschehen – flächendeckend angeboten werden. Dabei muss klar sein, dass dieses Angebot sich durch die Gemeinden, Kirchenkreise und Sprengel auch zu erheblichen Teilen refinanzieren muss. Der gemeinsame Medientag Anfang November war dafür ein viel versprechender Beginn.

Dazu gehört auch vornehmlich die verstärkte Zusammenarbeit mit den Gemeindebriefredaktionen. Der publizistische Riese der Gemeindebriefe wird in den Angeboten der Landeskirche häufig unterschätzt, er sollte als Kommunikationsmittel zielgerichtet genutzt und unterstützt werden.

d) Koordinierung der Sprengel- und der Kirchenkreisöffentlichkeitsarbeiter

Die schon bestehende Koordinierung durch das IPS soll – inhaltlich abgesprochen mit dem Pressesprecher – fortgesetzt werden. Dazu sollen insbesondere die Sprengelöffentlichkeitsarbeiter stärker in die landeskirchlichen Kampagnen eingebunden werden. Dabei muss vermittelt werden, dass die Sprengel keine eigenständige Einheiten sind, sondern in engem Zusammenhang mit der Landeskirche verstanden werden. Grundsätzlich ist zu überlegen, wie die Sprengelöffentlichkeitsarbeiter, die durch Beschluss der Synode finanziert sind, in der Fachaufsicht zugeordnet werden.

e) Mitgliederpflege, Mitgliederbetreuung und Mitgliedergewinnung

Der Mangel, dass die evangelische Kirche in diesem Bereich schon immer schlecht

aufgestellt ist, wurde schon von Jahren erkannt. Konzepte und Rezepte sind bisher nicht umgesetzt worden. Das Minimum, das dafür kontinuierlich angeboten werden muss, ist eine ständig besetzte Hotline, ergänzend Anlaufstellen in den größeren Städten mit aufeinander abgestimmten Angebot. Dies muss crossmedial gestützt werden durch entsprechende Angebote im Internet. Dieser Arbeitsbereich ist sowohl in der Entwicklungsphase als auch in der Durchführung sehr personalintensiv, deshalb braucht es zum einen die politische Entscheidung der Landeskirche (oder der Konföderation?), ob dies gewünscht wird, zum anderen aber auch ein klares Kennzahlensystem, um den Erfolg messen zu können. Der Ausschuss schlägt vor, für diesen Bereich prioritär eine Stelle einzurichten.

5. Querschnittarbeitsbereich – Marketing und Vertrieb

In diesem Querschnittarbeitsbereich sollen Produkte, Dienstleistungen, Informationen und Angebote des EMSZ produziert, vermarktet und vertrieben werden. Dies erfordert häufig eine eigenständige Gestaltung, deshalb wurde bereits nach den ersten Umstrukturierungen klar, neben den freien Graphikern einen festen Mediengestalter einzustellen. Die Leistungen des Hauses werden aktiv angeboten und professionell umgesetzt, der Qualitätsschub eröffnet dem Marketing- und Vertriebsbereich neue Kooperationsmöglichkeiten.

a) Buchvertrieb

2010 werden in Kooperation mit zwei anderen evangelischen Verlagshäusern (Chrismon und Wichern) wieder Vertreter der Buchhandlungen besuchen. Aus Kostengründen wurde dies vor einigen Jahren nicht mehr als nötig erachtet. Die Kooperation erstreckt sich über den gemeinsamen Versand der Halbjahresvorschauen, die gemeinsame Lagerhaltung und Logistik. Durch die gebündelte Bestellmöglichkeit des Buchhandels ist eine höhere Präsenz im gesamt deutschsprachigen Buchhandel realistisch. Hierdurch ergeben sich auch wieder stärkere Kooperationsmöglichkeiten mit den konfessionell gebundenen Buchhandlungen, dies gilt ebenso für den Non-Book Bereich. Die nächsten Ziele im Buchvertrieb sind, weitere evangelische kirchlich-gebundene Verlage für diese Vertriebskooperation zu gewinnen, um eine noch größere Schlagkraft im Handel zu erreichen und sich von den privatwirtschaftlich geführten christlichen Verlagshäusern zu emanzipieren, die mit großen wirtschaftlichen Volumen am Markt operieren. Die Kooperation mit dem Luther Verlag in Bielefeld soll durch den gegenseitigen Verkauf der Verlagsprogramme und die bereits bestehende Partnerschaft im Gottesdienstbuchverlag vertieft werden.

b) Bibli.com

Die Versandbuchhandlung, die im Internet sowie in der EZ und durch Beilagen beworben wird, ist ein wichtiger, strategischer Umsatzgarant des eigenen Verlagsprogramms. Durch die geplante Kooperation mit der „Nordelbischen Zeitung“ erhöht sich die qualitative Zielgruppenansprache enorm. Gerade Mitarbeitende der Kirche müssen erkennen, dass die Erlöse die bibli.com realisiert, letztendlich der kirchlichen Öffentlichkeitsarbeit und Publizistik zu gute kommt.

c) EZ

Mit der Kooperation der Kirchengebietspresse in Nordelbien und der damit verbundenen Formatumstellung werden klare und deutliche Werbeaktionen für die erweiterte EZ gestartet, um neue Abonnenten zu gewinnen. Ziel ist es, den Rückgang an Abos zu stoppen und mittelfristig die Zahl der Abos wieder zu erhöhen. Hierzu dienen besondere Angebotsformen an die Gemeinden und eine verstärkte Abonnentenbetreuung. Dies alles erfordert hohe finanzielle Anstrengungen. Ein wichtiger Baustein der Finanzierung der EZ bleibt der eigene Anzeigenmarkt, der in den vergangenen Monaten einen wachsenden Trend aufzeigt, obwohl der Gesamtmarkt im Zeitschriftenbereich spürbare Einbrüche erleidet. Dies begründet sich sowohl im Engagement der Anzeigenabteilung, als auch im neuen Angebot, zielgruppenorientiert Beilagen zu produzieren. Dieser Bereich wird in Zukunft weiterhin ausgebaut. Im Moment werden in diesem Bereich noch Mitarbeiter aus Personaldienstleistungsunternehmen eingesetzt, es muss hierbei aber die Stabilität des Festpersonals gesichert bzw. ausgebaut werden.

Ein bisher wenig erschlossener Bereich innerhalb der EZ ist die Cross-Vermarktung. Das hoch aktuelle Adressmaterial der Abonnenten, die allein durch ihr Abonnement (!) ein klares Bekenntnis zur Kirche signalisieren, kann für die Bewerbung landeskirchlicher Aktivitäten genutzt werden. Die ablehnende Haltung vieler landeskirchlicher Mitarbeitenden haben diese werbenden Maßnahmen bisher nicht zugelassen. Gerade mit dem Arbeitsbereich „Fundraising“, mit Bereichen des HKD und mit der Diakonie sind Crossvermarktungen möglich.

d) ekn

In enger Absprache mit der Redaktion werden sowohl die regelmäßigen und vertraglich gebundenen Sendungen beworben als auch Informationen – insbesondere über die Serien – angeboten. Dazu gehört auch die Bewerbung der eigenen Publikationen sowie die Unterstützung von Auftraggebern ihre bei ekn in Auftrag gegebenen Publikationen zu bewerben. Ziel muss es sein, evangelisches Publikum auf evangelische Angebote in den Sendern aufmerksam zu machen.

e) epd

Das Marketing für den epd ist primär eine Aktivität in den Redaktionen, Verlagshäusern und Sendeanstalten, die zentral von Frankfurt aus gesteuert und geleistet wird. Dies sollte auch so beibehalten werden, weil epd letztendlich ein bundesweites Angebot ist. Jede nötige Unterstützung aus Hannover ist dabei natürlich sicher zu stellen.

f) Marketing

Grundsätzlich müssen alle Produkte des Hauses mit professionellen Maßnahmen zielgruppengerecht vermarktet werden. Dieser Bereich ist in den vergangenen Jahren durch Personalabbau im LVH und rückgängige finanzielle Möglichkeiten erheblich verkleinert worden. Es ist ohne Frage richtig, dass Marketing zuerst und vor allem Kosten verursacht. Aber der Rückgang des Umsatzes bestraft für dort eingesparte Kosten. In diesem Spiel der Kräfte eine ausgeglichene Balance zu finden, bleibt eine Herausforderung. Grundsätzlich zeigt sich gerade im Marketing – dem Scharnier zwischen Produktion und Distribution –, was der frühere Publizistikreferent der EKD auf den Punkt gebracht hat: „Die evangelische Kirche hat kein Contentproblem, sondern ein Problem diesen Inhalt unter das Volk zu bringen.“

Durch Umstrukturierungsmaßnahmen wurde das Team „Marketing und Vertrieb“ frühzeitig verstärkt und im Laufe des Jahres erste Maßnahmen eingeleitet. Dies ist noch nicht abgeschlossen. Solche Maßnahmen werden sich bilanztechnisch zuerst negativ auswirken, da die zu erwartende positiven Auswirkung nur langfristig zu erwarten ist.

g) Vertrieb

In Zusammenarbeit mit dem HKD innerkirchlich und entsprechend selbstständig außerkirchlich muss ein jederzeit schlagkräftiger Vertrieb aufgebaut werden. Das Verfahren, allein durch Rundschreiben regionale und lokale Führungskräfte der Landeskirche(n) zu erreichen und zu motivieren, hat klare Grenzen. Deswegen müssen ausdrücklich neue Vertriebswege ermittelt werden und dazu braucht es Adressmaterial, zu dem der Zugang offen steht:

- Abonnenten

- Teilnehmer an Veranstaltungen
- bibli.com-Kunden und Buchbesteller
- kirchliches Adressmaterial ehren-, neben- und hauptamtlich Mitarbeitender.

Bei der Pflege vorhandener Adressmaterialien berühren sich nicht nur die Interessen von Marketing und Vertrieb, sondern es muss auch im Interesse der Landeskirche(n) sein, Menschen, die sich auf je eigene Art für die Kirche engagieren zu pflegen und zu begleiten.

h) Öffentlichkeitsarbeit

Darin begründet sich die nötige enge Zusammenarbeit und strukturelle Verzahnung (s.o.) mit der Öffentlichkeitsarbeit der und für die Landeskirche. Diese Zusammenarbeit bringt beidseitig sowohl bei den anfallenden Aufgaben als auch im finanziellen Bereich Entlastung. Deshalb muss der zuständige Referent für Öffentlichkeitsarbeit beiden Bereichen zugeordnet sein. Ziel ist, dass Entwicklung von Kampagnen und Öffentlichkeitsarbeit und die Umsetzung durch Produktion und Vertrieb reibungslos miteinander verzahnt werden, ohne dass die einen Aufgaben der anderen machen müssen.

6. Geschäftsführung – Kaufmännische Betriebsleitung – Controlling

Das gesamte „EVANGELISCHE MEDIENSERVICEZENTRUM“ benötigt – über die noch bestehenden rechtlich organisatorischen Grenzen hinweg – eine Geschäftsführung mit entsprechender Betriebsleitung und einem zur Beratung eingesetzten Controlling. Diese Geschäftsführung muss sowohl innerhalb der GmbH (den GmbHs) Weisungs- und Entscheidungsbefugnis haben, als auch über die landeskirchlichen Dienststellen und Einrichtungen die Fachaufsicht führen. Diese doppelte Aufgabe einzuführen, ist keine besondere Herausforderung, so lang der Geschäftsführer der GmbH landeskirchlich beschäftigt und von der Landeskirche an die GmbH zur Übernahme dieser Aufgabe abgeordnet ist. Die Abordnung kann um einen festzulegenden Prozentsatz beschränkt werden (Vorschlag 25 Prozent), der die Aufgaben der Fachaufsicht für die landeskirchlichen Tätigkeitsfelder umfasst. Wie es mit der Dienstaufsicht geregelt wird, kann im Einzelfall besprochen werden, sinnvoll ist es allemal, Dienst- und Fachaufsicht in einer Hand zu halten.

Wenn der Geschäftsführer landeskirchliche (Dienst- und) Fachaufsicht übernimmt und damit eine Leitungsaufgabe innerhalb der Landeskirche wahrzunehmen hat, müsste innerhalb der Landeskirche geklärt werden, wie er in Leitungsstrukturen der Landeskirche eingebaut wird, um auch auf dieser Ebene die Kommunikation aufrecht zu erhalten.

Der Geschäftsführer nimmt neben den herausgeberischen und verlegerischen Aufgaben der Publikationen – inklusive der presserechtlichen Verantwortung, die an die Chefredakteure delegiert ist –, den geschäftsführenden Aufgaben innerhalb der GmbH und der Wahrnehmung der Dienst- und Fachaufsicht verbunden mit der Haushaltsverantwortung in den landeskirchlichen Arbeitsbereichen insbesondere die Vertretung der GmbH nach außen wahr: in den Gremien und zu den Einrichtungen der EKD und der Konföderation, in den säkularen Fachgremien, in den Aufsichtsräten der Firmen, an denen das EMSZ mittelbar oder unmittelbar gesellschaftsrechtlich beteiligt ist, und im politischen Gespräch.

Der Geschäftsführer muss inhaltlich in den einzelnen Bereichen mitwirken, um alle Entwicklungen neuer Maßnahmen zu begleiten und eine crossmediale Umsetzung zu erreichen, aber auch um die Kommunikation zwischen den Redaktionen und Arbeitsbereichen im Haus zu sichern. Dazu gehört auch, dass die Geschäftsführung den regelmäßigen Austausch zwischen den Arbeitsbereichen und den Redaktionen transparent hält und dabei auch die Übersicht über die Auslastung der einzelnen Bereiche hat.

Die Geschäftsführung wird bei der Wahrnehmung dieser Aufgaben – insbesondere im betriebswirtschaftlichen Bereich – von der Kaufmännischen Betriebsleitung unterstützt und begleitet.

Geschäftsführung und Kaufmännische Betriebsleitung führen – innerhalb der GmbH – das Gespräch mit dem Betriebsrat. Die mitarbeiterrechtliche Vertretung der landeskirchlich beschäftigten Mitarbeiter wird im LKA über die dortige Mitarbeitervertretung geregelt. Zwischen Betriebsrat des LVH und Mitarbeitervertretung müssten gegeben falls Absprachen getroffen werden.