

Stephan Zöller: **Mit der Soutane auf Quotenjagd**. Die kirchlichen Sendereihen im deutschen Privatfernsehen. München: Don Bosco Verlag 1999, 334 Seiten, 44 DM, ISBN 3769811992.

Rezension erschienen in: medienpraktisch, Nr. 1/2001, S. 71 - 72.

Mit der Einführung des Privatfernsehens hat sich die Situation der kirchlichen Verkündigung im Raum des Fernsehens massiv verändert. Stephan Zöllers als Dissertation entstandene Arbeit hat sich zum Ziel gesetzt, die Präsenz beider Kirchen im privaten Fernsehen zu dokumentieren und sowohl die Ausstrahlungsformate und ihre Zielsetzungen als auch deren Wirkungen auf das Fernsehpublikum zu untersuchen. Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem Engagement der katholischen Kirche in diesem Umfeld. Die Untersuchung umfasst den Zeitraum vom Start des Privatfernsehens im Januar 1984 und berücksichtigt die Sendungen bis zum Ende des Jahres 1995.

Die ersten fünf Kapitel des Buches geben einen allgemeinen Überblick über die Entwicklung der Medien, die Lehraussagen der katholischen Kirche zu den Medien, die Einführung des Privatfernsehens in Deutschland, die Institutionen der katholischen Kirche, die für die kirchliche Medienpräsenz verantwortlich sind, und die zwischen den Kirchen und den privaten Fernsehanstalten geschlossenen Verträge hinsichtlich kirchlich verantworteter Sendeanteile. Nach einer Skizze der zur Analyse der kirchlichen Sendereihen angewandten Methodik werden in drei groß angelegten Kapiteln die entsprechenden Programmangebote von RTL, Sat 1 und Pro Sieben im genannten Zeitraum vorgestellt, beschrieben und dokumentiert. Ein

abschließendes Kapitel versucht die erhobenen Daten und gewonnenen Erkenntnisse im Blick auf die zukünftige Programmgestaltung der Kirchen im privaten Fernsehen auszuwerten.

Der Schwerpunkt und eigentliche Gewinn des Buches liegt zweifellos in der umfassend recherchierten und akribisch durchgeführten vollständigen Dokumentation der bis 1995 ausgestrahlten kirchlichen Sendereihen von *'Kunst und Botschaft'* über *'Eselsohr & Teufelsschwanz'* bis zur Krimiserie *'Schwarz greift ein'*. Die notwendigen Daten und Informationen zu beschaffen war nicht einfach, da der von Zöller in den Blick genommene Programmanteil bislang weitgehend außerhalb des wissenschaftlichen Interesses lag. Die Darstellung seiner Funde folgt dabei einem methodischen Schema, das die Sendungen inhaltlich beschreibt, auf Besonderheiten aufmerksam macht und das statistische Material zu Sendedatum, Sendehäufigkeit, Zuschaueranteil und Zuschauerstruktur übersichtlich und grafisch aufbereitet präsentiert.

'Schwarz greift ein' als erfolgreichste kirchliche Sendung im Raum des Privatfernsehens hebt sich dabei deutlich von den anderen vorgestellten Sendeformen ab. Bei 30 Millionen Gesamtkosten beteiligte sich die Katholische Kirche mit bemerkenswerten 2,6 Millionen Mark und nutzte zum ersten Mal das fiktionales Unterhaltungsformat einer Krimi-Serie, um auch verkündigungsnahe Themen zu transportieren. Ob der Erfolg bei den Zuschauern (bis zu 9,4 Millionen pro Folge) der in der Primetime in zwei Staffeln ausgestrahlten Sendereihe einer tatsächlichen Wirkung im Sinne einer wie auch immer gedachten Verkündigung korrespondierte, bleibt allerdings weitgehend offen. Bei solchen Fragen stößt die Untersuchung an ihre Grenzen. Oder anders ge-

sagt: Sie bietet nicht mehr, als der Untertitel verspricht: *'Die kirchlichen Sendereihen im deutschen Privatfernsehen'*, ein Titel, der keinen weitergehenden theologischen Anspruch erhebt. Das sehr knapp geratene und mit dem erhobenen Material eher lose verbundene Abschlusskapitel *'Desiderate an Kirchen und Sender für eine verkündigungstheologisch und medienpädagogisch kompetente Programmgestaltung im Privatfernsehen'* belegt im Grunde nur, dass es im Blick auf die Verkündigung im Fernsehen mehr Fragen als Antworten gibt. Zweifellos ist es bedauerlich, dass momentan das vertraglich zugesicherte Kontingent der Kirchen bei den Privaten nicht ausgeschöpft wird (S.278 und S.287), aber das eigentliche Problem ist die Frage, wie die Sendezeit zu nutzen wäre. Wenn der Autor auf der einen Seite den Missionsauftrag Jesu zitiert (S.286) und auf der anderen Seite meint, dass die Zukunft des kirchlichen Programms in fiktionalen Unterhaltungsformaten vor allem auch für jüngere Zielgruppen zu sehen ist (S.288), dann liegt hier nicht unbedingt ein Widerspruch, aber doch eine Schwierigkeit. Denn ein pastorales Konzept für eine achristliche Medien- und Informationsgesellschaft ist bislang allenfalls rudimentär vorhanden.

Fazit: Wer sich einen Überblick über die kirchliche Präsenz im Privatfernsehen verschaffen will, findet in *'Mit der Soutane auf Quotenjagd'* alle nötigen Informationen. Aber auch für jeden, der sich Gedanken über die Zukunft der Verkündigung im Fernsehen Gedanken macht, sei das Buch empfohlen. Es ist eine Bestandsaufnahme dessen, was kirchlicherseits alles schon versucht wurde, um im Medium Privatfernsehen präsent zu sein. Und das ist nicht wenig.

Matthias Wörther