

Overather Straße 51-53
51429 Bergisch Gladbach

Telefon: 02204 408-472
Telefax: 02204 408-420

E-Mail: info@gkp.de
Internet: www.gkp.de

P R E S S E I N F O

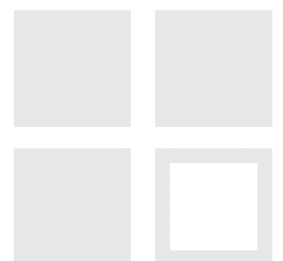
5 Thesen der GKP zur katholischen Medienarbeit

Bonn, 11. Oktober 2010. Anlässlich des Symposiums „Der blockierte Medienriese“ veröffentlichte der Vorstand der GKP heute 5 Thesen zur katholischen Medienarbeit:

1. Die Medienwelt von heute ist Streitbar und Meinungsfreudig. Die Kirche muss lernen, sich darin zu bewegen.

Vor allem das Internet entzieht sich jeder Kontrolle und hierarchischen Strukturen. Noch weiß die Kirche überhaupt nicht, wie sie sich in dieser Welt bewegen will. Die katholische Kirche als ein wichtiger Akteur auf dem Markt der Medien verfügt über eigene Buchverlage, Zeitungen und Zeitschriften, Internetportale sowie Beteiligungen und Sendeplätze bei Fernseh- und Hörfunkstationen. Das bedeutet Verantwortung. Dieser Verantwortung muss die Kirche stärker gerecht werden.

2. Für die raschen Entwicklungen der Medienwelt braucht die Kirche den Mut, gewachsene Strukturen durch klare Entscheidungen und auf der Grundlage fachlich fundierter Strategien zu verändern.



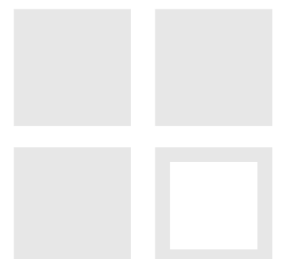
Die katholische Kirche verliert den Anschluss an wichtige Entwicklungen der Medienwelt. Ihre Entscheidungswege sind zu langsam. Strategische Entscheidungen, etwa für die Internetpräsenz, kommen zu spät. Partikularinteressen einzelner Bistümer und von kirchlichen Dienststellen blockieren sich gegenseitig. Die Wahrung bestehender Strukturen scheint wichtiger als das Ergreifen von Zukunftschancen. Dadurch werden Chancen auf gesellschaftliche Teilhabe und Dialoge mit den Usern dauerhaft verspielt. Finanzielle und personelle Ressourcen werden leichtsinnig vernichtet. Die offensive und professionelle Anwendung von Web 2.0-Standards muss auch die katholische Internet-Präsenz kennzeichnen.

3. Die Kirche muss der journalistischen Kompetenz von Chefredakteuren katholischer Medien mehr vertrauen und die Anliegen kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit davon trennen.

Katholischer Journalismus und kirchliche Öffentlichkeitsarbeit sollten nicht miteinander vermengt werden – weder in ihrer Ausübung noch in ihrer Wahrnehmung. Chefredakteur und Pressesprecher müssen auch in Zukunft zwei verschiedene Personen sein. Die kritische Auseinandersetzung mit kirchlichen Positionen muss in katholischen Medien und darüber hinaus genügend Freiraum erhalten.

4. Das katholische Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses (ifp) muss als Kernaufgabe künftig wieder Journalismus sowie Drehbucharbeit und Öffentlichkeitsarbeit in Kirche und Gesellschaft professionalisieren.

Die katholische Kirche hat viele Journalisten, Drehbuchautoren sowie Pressesprecher und PR-Fachleute fundiert ausgebildet. Die vor acht Jahren beschlossene Konzentration des Instituts zur Förderung



publizistischen Nachwuchses (ifp) in München auf das journalistische Kerngeschäft hat die nachhaltige Tiefenwirkung katholischer Grundwerte in die Gesellschaft hinein schädlich eingegrenzt.

5. Die Eigenverantwortung von Redaktionen und Verlagen sind der beste Weg zu einer wirksamen Medienarbeit der Kirche. Sie brauchen eine stabile Handlungsgrundlage.

Medien werden von Menschen für Menschen gemacht. Die Erwartungen an die katholische Medienarbeit sind hoch; die Gesellschaft erwartet mit Recht zeitgemäße Medien von der Kirche. Alle Mitarbeiter katholischer Medien brauchen das Vertrauen der katholischen Kirche in ihren Glauben und ihre journalistische Kompetenz. Die Kirche hat auch eine Verantwortung für die berufliche Existenz ihrer Medienarbeiter. Die wirtschaftlichen Entscheidungen, die ihre Medien betreffen, müssen in einem transparenten Prozess getroffen werden und nachhaltig sein.

Zeichen: 3.483 (mit Leerzeichen)
Redaktion: Beate Schneiderwind (v. i. S. d. P.)
Nachfragen zu dieser Presseinfo bitte an
E-Mail: presse@gkp.de

