

ARBEITSGEMEINSCHAFT DER KATHOLISCHEN PRESSE (AKP)

SITUATION
DER KATHOLISCHEN DRUCKMEDIEN

PROBLEME
UND
ANREGUNGEN

Walter BUCHS

ARBEITSGEMEINSCHAFT DER KATHOLISCHEN PRESSE (AKP)

SITUATION
DER KATHOLISCHEN DRUCKMEDIEN

PROBLEME
UND
ANREGUNGEN

Walter BUCHS

VORWORT

Im November 1980 trafen sich auf Einladung der Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse (AKP) rund 20 im katholischen Pressewesen tätige Persönlichkeiten in Schwarzenberg/LU zu einer Klausurtagung, die durch eine Umfrage bei den Redaktionen und Verlagen der katholischen Zeitungen durch das Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft (IfJ) an der Universität Freiburg vorbereitet worden war.

Als eine der Schlussfolgerung wurde eine Arbeitsgruppe zum Studium der Probleme der Druckmedien gebildet. Diese sollte einmal alle Presse-Erzeugnisse mit katholisch-kirchlichem Engagement auf ihre Funktion und ihr Mandat sowie auf ihre Wirkung und ihren Sinn hin prüfen. Danach sollten Vor- und Nachteile, Schwächen und Vorzüge miteinander verglichen, gegenübergestellt und gewichtet werden. Schliesslich sollten die Finanzierungsmöglichkeiten geprüft, die auf die Kirche Schweiz zukommenden Medienprobleme aufgezeigt und die konkreten Forderungen den Verantwortlichen mitgeteilt werden.

Eine von der AKP ernannte Arbeitsgruppe hat sich seit dem Frühjahr 1981 mit der Aufgabe befasst und angesichts des sehr umfassenden Bereiches die Arbeit auf die sich unmittelbar stellenden Probleme eingeschränkt, wie sie in der nachfolgenden Einleitung definiert sind.

Gemäss den Einzelaufträgen hat *Oskar Amrein*, Direktor beim "Basler Volksblatt", das Thema "Leser- und Anzeigenmarkt" behandelt. *Martin Merki*, Mitglied der Chefredaktion "Vaterland", hat die personellen Fragen ausgeleuchtet. *Walter Buchs*, Redaktor "Freiburger Nachrichten", hat einige finanzielle Probleme aufgezeigt und *Dr. Hans Schmid*, Direktor "Ostschweiz", ging den Fragen der Zusammenarbeit nach. Weiter hat *Hans-Peter Röthlin*, Informationsbeauftragter der Bischofskonferenz, Elemente zum Angebot und den Bedürfnissen der Kirche sowie wichtige Adressen zusammengestellt. *Werner Kamber*, Redaktor "Appenzeller Volksfreund", hat schliesslich auf der Grundlage eines Papiers einer Arbeitsgruppe der CVP Schweiz Elemente zur gegenwärtigen Lage geliefert. *Bruno Köstinger* vom Katholischen Pressesekretariat hat die Angaben für den Anhang besorgt und die administrativen Arbeiten erledigt.

Die von den Mitgliedern der Arbeitsgruppe erarbeiteten Papiere wurden in der Folge von *Walter Buchs* analysiert. Er erstellte die vorliegende Schrift, die wieder gemeinsam besprochen wurde. Sie möge neue Impulse für das katholische Pressewesen auslösen.

Freiburg, im April 1982

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
1. Einleitung	1
2. Situation und Probleme	3
2.1 Situationsbild	3
2.2 Informationsbedürfnis der Kirchen	6
2.3 Die parteinahe Presse	10
2.4 Analysen	13
2.4.1 Leser- und Anzeigenmarkt	13
2.4.2 Personelle Aspekte der Redaktionen	15
2.4.3 Finanzielle Aspekte	17
2.4.4 Formen der Zusammenarbeit	20
2.4.5 Herausforderung durch elektronische Medien	24
3. Hauptvorschläge und Massnahmenkatalog	27
4. Ausblick	33
5. Anhang 1	35
6. Anhang 2	47
7. Quellenverzeichnis	52
8. Stichwörterverzeichnis	53

1. EINLEITUNG

Die technologische Revolution, die sich gegenwärtig im graphischen Gewerbe vollzieht und teilweise schon durchgeführt worden ist, hat die Lage und das Umfeld im Bereich der katholischen Druckmedien in gleichem Masse mitbeeinflusst wie im Pressebereich überhaupt. Es erschien daher angebracht und wünschenswert, die Situation darzulegen, die Probleme aufzuspüren und einige Folgerungen für die katholischen Druckmedien aufzuzeigen.

Für diese Arbeit wird dabei bewusst auf die Darlegung des Wesens der katholischen Zeitung, den Wandel im Selbstverständnis und ihren Stellenwert im ganzen Medienbereich verzichtet. Ein durchdringender und fast immerwährender Wandel ist aber feststellbar, da sich die Rahmenbedingungen jedes einzelnen Produktes ohne Zweifel verändern. Dies ist gerade im Jahrhundert-sprung, womit wir den sich vollziehenden Wechsel vom Blei zum Lichtsatz resp. vom Buchdruck zum Rollenoffset bezeichnen, besonders ausgeprägt. Die Feststellung soll uns Anlass zu einer Standortbestimmung in bescheidenem Umfang sein, umso mehr, als gerade die Vorstellungen der Kirchen, der Parteien und weitaußer der meisten Verantwortlichen in Staat und Gesellschaft in bezug auf die Rolle der Zeitungen und deren Wirkung weit hinter der Wirklichkeit her hinken. Dies stellte Otto B. Roeggele schon 1970 fest. Trotzdem sich das Interesse im Massenmedienbereich auf die elektronischen Medien und die Neuen Medien konzentriert, wissen wir aber, dass das gedruckte Wort auch in absehbarer Zeit in seiner Leistungsfähigkeit durch kein anderes Medium ersetzt werden kann.

Die vorliegende Information soll als zusammenfassendes Arbeitspapier allen jenen dienen, die sich im Rahmen ihrer Tätigkeit mit Fragen der katholischen Druckmedien befassen. Es ist einerseits als Ueberblick für kirchliche und politische Gremien gedacht. Andererseits kann die Schrift von Verlegern, Journalisten und Verwaltungsräten als eigene Orientierungshilfe verwendet werden. Neben einem Situationsbild, konkreten Hinweisen auf aktuelle Probleme und dem statistischen Anhang will die Zusammenfassung zudem Anregungen zur Problemlösung vermitteln.

Aus rein praktischen Gründen sind bei der Analyse der Arbeit (außer im Anhang) lediglich die katholischen Druckmedien, ohne Wochen- und Jugendzeitschriften, ohne Missionszeitschriften und Publikationen ohne aktuellem Informationsteil einbezogen worden. Im weiteren hat man sich auf bestimmte Problembereiche konzentriert, weshalb der Bericht nicht umfassend sein kann und will.

Das Papier geht einerseits Problemen mit "Dauerbrenner"-Charakter (z.B. Finanzen, Personelles) und andererseits stets neu sich aufdrängenden Fragen mit "Strömungs"-Charakter nach. Die Arbeit behandelt aber nur strukturelle Fragen. Sie würde es gegebenenfalls verdienen, durch weitere Problemkreise gerade aus dem Bereich des Zeitschriftenwesens und der Pfarrblätter erweitert zu werden. Zusätzlich wären dann auch die entsprechenden Lösungsvorschläge zu den aufgegriffenen Problemen einzubeziehen. Für ihren Bereich will die Schrift schon Konkretes herausstreichen und gezielte Massnahmen aufzeigen.

2. SITUATION UND PROBLEME

2.1 SITUATIONSBILD

Das Spektrum der katholischen Presse ist ausserordentlich vielfältig, auch wenn man nur die Tageszeitungen und jene Lokalzeitungen, die wöchentlich mindestens einmal erscheinen, in die Betrachtung einbezieht. Diese Vielfalt betrifft sowohl die redaktionelle Ausrichtung, ihre Abdeckung und Erscheinungsweise als auch die finanzielle Grundlage, den technischen Ausbau und die Entwicklungsmöglichkeiten.

Von den insgesamt 292 Zeitungen, die im Katalog der Schweizer Presse 1980 aufgeführt werden, sind deren 54 unter einem oder mehreren der drei Stichworte "katholisch, konservativ oder/und christlichsozial" angegeben. Davon sind lediglich 23 in der "Vereinigung der Verleger katholischer Zeitungen" zusammengefasst. Diese gehören zu den kooperativsten im katholischen resp. christlich-demokratischen Bereich.

Seit 1939 hat die Zahl der Zeitungstitel insbesondere im Bereich der Meinungspresse kontinuierlich abgenommen. 1939 gab es 406 Zeitungstitel in der Schweiz; 1979 waren es noch 296. Die Gesamtauflage hat im Gegensatz dazu aber von 2,0 auf 3,2 Mio. Exemplare pro Tag zugenommen. Bei diesem Zeitungsschwund ist zu beachten, dass vor allem Blätter, die 2-4 Mal wöchentlich erscheinen, eingegangen sind, und dabei hauptsächlich Blätter unter 5'000 Exemplaren Auflage. Unter den Zeitungen, die sich "katholisch, konservativ oder christlichsozial" bezeichnen, gibt es 23 Tageszeitungen, von denen 13 die Zeitung täglich ganz allein produzieren. 12 Tageszeitungen sind der "Vereinigung der katholischen Verleger" angeschlossen; 7 davon haben eine vollständig eigene Redaktion, übernehmen also keine Seiten von anderen. Die Anzahl der Titel der katholischen und christlichdemokratischen Zeitungen am gesamtschweizerischen Zeitungsmarkt beträgt gegenwärtig 15 Prozent. Die Wochenauflage macht aber lediglich 10 Prozent aus. Setzt man diesen Anteil in Beziehung zum Anteil der Katholiken in der Schweiz, so stellt man ein krasses Missverhältnis fest, das allerdings nie signifikant besser war.

Trend zur Neutralisierung der Meinungspresse

In diesem Zusammenhang ist in bezug auf den zahlenmässigen Rückgang der Zeitungstitel festzustellen, dass dies ein allgemeines Zeichen im Trend zu einer gewissen Neutralisierung der Meinungspresse war und ist. Die zunehmende Pluralisierung in unserer Gesellschaft und damit auch in der Kirche verändert das traditionelle Verhältnis zwischen Lesern und Zeitung. Das Interesse an weltanschaulichen Bezugspunkten hat stark abgenommen, so dass rascher als früher auf die katholische Zeitung

verzichtet wird. Gleichzeitig stellt man im Zeitungswesen ganz allgemein eine gewisse Sättigung fest, was die Lage der katholischen Presse nicht nur quantitativ eher prekär macht.

Dieses Situationsbild macht es notwendig, noch einen grundsätzlichen Gedanken zur Entwicklung der Druckmedien allgemein einzuflechten. In Zukunft wird wohl noch mehr zwischen grundlegenden, nicht veränderlichen Informationen und veränderlichen, veränderlichen Informationen unterschieden werden. Die grundlegenden, nicht veränderlichen Informationen bleiben zum Hauptteil weiterhin den Druckmedien (Zeitungen, Zeitschriften, Drucksachen, Büchern) vorbehalten. Die veränderlichen und veränderlichen Informationen dagegen werden immer schneller über die elektronischen Medien verbreitet. Die Druckmedien werden im allgemeinen zu langsam und dabei - wieder im Vergleich zu den elektronischen Medien - noch zu teuer. In dieser Aufgabenteilung wird es für den Journalisten bei einem Druckmedium immer schwieriger, aus der überbordenden Informationsflut tatsächlich die benötigte, am nächsten Tag noch gültige Information zu finden. Zeit zu haben, auch schöpferisch tätig zu sein, wird dann nochmals schwieriger. Dabei muss unterstrichen werden, dass es natürlich auch kirchliche Anlässe verdienen, dass der Journalist sorgfältig recherchiert, ehe er seine Berichte und Kommentare schreibt.

Aus der Sicht der Kirche darf im allgemeinen festgehalten und festgestellt werden, dass sich insbesondere die katholischen Zeitungen um eine umfassende und objektive Berichterstattung über das kirchliche Leben bemühen. Wie schon angetönt, zeigt die Erfahrung aber, dass natürlich auch Journalisten katholischer Zeitungen bei Berichten über Anlässe im Leben der Kirche nicht ohne sorgfältige Grundlagenarbeit auskommen. Nur so ist es möglich, sachgerecht zu berichten und zu kommentieren. Die chronische Unterdotierung der allermeisten Redaktionen katholischer Zeitungen, auf die wir noch eingehend zurückkommen werden (Pt. 2.4.2), bringt es aber mit sich, dass für diese Recherchierarbeit manchmal noch weniger Zeit zur Verfügung steht als in einer neutralen Zeitung. Das Ergebnis wirkt sich dann in der Regel besonders negativ aus, da die Intoleranz gegenüber dem Redaktor bei einer katholischen Zeitung grösser ist als bei einer nicht-katholischen Zeitung. Dazu kommt, dass kirchliche Entwicklungen und Probleme ganz besonders konfliktträchtig sind. Die Leserschaft, resp. ein "wachsamer und aufgeschreckter" Leser reagiert dann schneller, heftiger und hartnäckiger auf Konflikte, die in der katholischen Zeitung ausgetragen werden, als wenn sie in einer anderen Zeitung zur Darstellung kommen. Deshalb konnte es auch schon passieren, dass kirchliche Konflikte auf dem Buckel von katholischen Zeitungen ausgetragen wurden, wobei die betroffene Redaktion einerseits mit der schwachen Gefolgschaft der katholischen Bevölkerung und andererseits mit dem mangelnden Vertrauen und fehlender Zivilcourage der Geistlichen und auch der Hierarchie fertigwerden musste.

Das Selbstverständnis neu definieren

Eine Organisation, wie es die Kirche ist, braucht aber die innere Kommunikation von oben nach unten und von unten nach oben. Wer diesen Fluss stört, schadet der Kirche. Dies gilt insbesondere für die Amtsträger, da das Christentum in erster Linie den Menschen und nicht den Machthabern und Etablierten verpflichtet ist. Eine katholische Zeitung ist in der Regel umso kirchlicher und katholischer, je offener und unabhängiger sie arbeitet, da sie so echt Gemeinschaft unter den Gläubigen schafft. Gerade deshalb ist für die katholischen Zeitungen Unabhängigkeit und Selbständigkeit wichtiger geworden, ein Umstand, der fast überall im Medienbereich feststellbar ist, aber nicht unbedingt aus den gleichen Gründen verankert wird. Daher ist das Selbstverständnis katholischer und christlichdemokratischer (-sozialer) Blätter neu zu diskutieren und zu definieren. Als Hilfsmittel der Verlage für deren Statuten sind Manifeste und Erklärungen notwendig.

Die Auflagenstruktur und die finanzielle Situation gerade der Herausgeber-Verlage der katholischen Zeitungen ruft gebieterisch nach gezielten Massnahmen. Die Meinungspressen hat mit der Liberalisierung der Lesergewohnheiten fertig zu werden, wo die Bindungen auf allen Ebenen lockerer geworden sind. Das innere Motiv, die Zeitung zu abonnieren, fehlt bei vielen Katholiken, was die Zahl der tatsächlichen und potentiellen Abonnenten verringert. Auch die Kirche betrachtet die katholische Zeitung vielfach nicht mehr als ihr Sprachrohr, sondern tendiert vermehrt auf eine gleichmässige und gleichzeitige Berücksichtigung aller Medien. Diese Erscheinungen fallen in eine Zeit, wo es für die meisten gilt, auf dem technischen und damit auch finanziellen Bereich mutige und überlebenssichernde Schritte zu verkraften. Die AKP will dabei erneut Impulse geben und zu vertieften Kontakten unter Zeitungen gleicher Richtung anregen.

2.2 INFORMATIONSBEDÜRFNIS DER KIRCHEN

Der zahlenmässige Rückgang von Zeitungstiteln, die sich dem katholischen und christlichen Gedankengut besonders verpflichtet fühlen, ist ein allgemeines Zeichen im schon weiter vorne festgestellten Trend zu einer Neutralisierung der Meinungs- presse. Auch von Seiten der Kirche wird - wie man sich so allgemein ausdrückt - eine vermehrte Öffnung praktiziert. Gemäss Synodenaussage ist nämlich verständlicherweise die Präsenz der Kirche in anderen als katholischen Medien nicht nur erwünscht, sondern anzustreben, damit das "Fussvolk" überhaupt noch erreicht werden kann. Die Tendenz, alle (Druck-)medien gleich zu behandeln, wird sich noch verstärken. Damit wird aber jenen der Boden unter den Füßen unstabiler gemacht, die eine regelmässig vertiefte Information als eine ihrer Hauptaufgaben betrachten und sich nicht nur damit begnügen, die Rosinen aus dem Kuchen zu pflücken. Doch darüber noch am Schluss dieses Abschnittes.

Trotz der Vielfalt der Möglichkeiten im Medienbereich konzentriert sich das Interesse der Kirche nach wie vor zu recht auf die Druckmedien, die nach wie vor das für sie wirkungsvollste und kontinuierlich einsetzbare Mittel sind. Dabei darf auch hervorgehoben werden, dass gerade der konkrete Stellenwert der kleineren und mittleren Zeitungen, die im katholischen Blätterwald vorherrschen, wahrscheinlich grösser ist, als es rein aufgrund der Auflagenzahlen zu vermuten wäre. Dennoch ist aber auch auf der qualitativen Seite die Lage nicht rosig, da der Anteil an echter Eigenleistung dieser Zeitungen oft nicht sehr gross ist, falls der grösste Teil der von ihnen veröffentlichten Meldungen aus mehr oder weniger zufällig eingesandten Texten und aus Agenturmaterial besteht, das zum Teil vorher schon in anderen Zeitungen stand. Selbstverständlich sind aber auch diese Veröffentlichungen als sehr wertvoll und unabdingbar zu betrachten.

Kirchliche Aussagen

Die Pastoralinstruktion "Communio et Progressio" weist auf das Informationsbedürfnis der Kirche hin. Darin heisst es, dass jeder Gläubige das Recht und die Möglichkeit haben muss, sich über alles zu informieren, was erforderlich ist, um im Leben der Kirche eine aktive Rolle zu übernehmen. Weiter sei die Entfaltung der öffentlichen Meinung in der Kirche lebensnotwendig. Deshalb seien besonders die Amtsträger jeder Stufe in der Kirche aufgefordert, Bedingungen zu schaffen, die solche Information und Meinungsbildung ermöglichen.

Insbesondere die Synode hat sich neben den einschlägigen Berufsorganisation damit befasst, wie dieses Bedürfnis abgedeckt werden kann. In der Verwirklichung der Wünsche und Beschlüsse dieser Kirchenversammlung besteht in allen Schweizer Diözesen

das Angebot einer Anlaufstelle für die Medien. Dort kann man Informationen über kirchlich relevante Fragen einholen, die sachlich kompetent und aktuell bearbeitet wurden. Quantitativ und qualitativ ist dieses Angebot ausbaubedürftig, insbesondere dort, wo der diözesane Informationsbeauftragte nicht den grössten Teil seiner Arbeit den Informationsfragen widmen kann, wozu wesentlich auch die Vermittlung von Grundlageninformationen und Kontaktpersonen (z.B. Interviewpartner) gehört.

Die Synode 72 umschreibt die Aufgaben der diözesanen Informationsbeauftragten wie folgt: "Sie sind Berater in allen Informationsfragen. Sie registrieren die Erwartungen und Reaktionen der Öffentlichkeit und leiten sie an die Bischöfe weiter. Sie übernehmen gegenüber den Massenmedien die Funktion offizieller Sprecher. Sie stehen den Vertretern der Massenmedien zur Verfügung, um ihnen zu helfen, ihren Auftrag zu erfüllen" (aus Dokument der Diözese Basel). (Entsprechende Adressen im Anhang).

Für den regionalen und kantonalen Bereich sind die Wege für die gegenseitige Information im Aufbau. So sind im Bistum Basel neben einem Verantwortlichen auf diözesaner Ebene in jedem Dekanat Informationsbeauftragte ernannt worden. In der Diözese St. Gallen gibt es bereits einen bischöflichen Informationsbeauftragten. Im Bistum Sitten hat man für jede Sprachregion einen Beauftragten und im Bistum Lausanne, Genf und Freiburg ist man eben dran, kantonal vorzugehen. Im lokalen Bereich wäre gerade für die kleineren Zeitungen eine vermehrte Verbindung zu einer Person, die auf der Pfarrei- resp. Kirchengemeindeebene für Information verantwortlich ist, sehr nützlich, ja dringend notwendig. Die Verantwortlichen der Pfarreien sind daher zu bitten, diese Person zu bestimmen, die die wichtigsten Ereignisse im Leben der Pfarrei an die Lokalpresse weiterleitet.

KIPA und Pfarrblätter

Neben den Diözesanverantwortlichen, die ihre Meldungen in der Regel aber nicht ausschliesslich den Druckmedien ihres Einzugsbereiches direkt weiterleiten, wird das Informationsbedürfnis der Kirche - insbesondere der Orts- und Weltkirche - von der katholischen Nachrichtenagentur KIPA wahrgenommen und abgedeckt. Es sollte daher für jede katholische Zeitung selbstverständlich sein, auf die KIPA abonniert zu sein und ihre Agenturmeldungen auch im aktuellen Bereich zu berücksichtigen. Für die kirchliche Information als Gesamtes kommt nämlich der spezialisierten Agentur eine besondere Bedeutung zu, wie von kirchlichen Amtsträgern immer wieder neu beteuert wird. Sie bietet Gewähr dafür, dass kirchliche Fragen auch wirklich sachgerecht bearbeitet werden. Selbstverständlich darf auch von der KIPA erwartet werden, dass sie ihrem spezifischen Auftrag im Sinne einer zuverlässigen und schnellen Information immer besser nachkommt und weitere, allgemeine Dienstleistungen wie etwa den Monatskalender oder einen Ausblick auf religiöse Informa-

tionen in den elektronischen Medien anbieten kann. In diesem Sinne wurde gerade in den letzten Jahren versucht und zum guten Teil erreicht, dass das Angebot im Verhältnis zu den eher bescheidenen Mitteln für die redaktionelle Leistung verbessert und zeitungsgerechter verbreitet werden konnte. Diese Arbeit kann aber nur fortgeführt werden, wenn die kirchliche Agentur auf einen grossen Kreis von treuen Abonnenten zählen kann und ihr die unbedingt notwendigen kirchlichen Mittel nicht nur nicht sukzessive gekürzt, sondern wenigstens mittelfristig gesichert werden, damit eine prospektive Arbeit möglich wird.

Ein grosser Teil der Arbeit im kirchlichen Informations- und Meinungsbildungsprozess wird - die Zeitschriften klammern wir hier, wie gesagt, aus rein praktischen Gründen aus - von den Pfarrblättern erbracht, deren Struktur sich in den letzten Jahren wesentlich in Richtung professionellerer Arbeit geändert hat. Auch diese Pfarrblätter müssten noch vermehrt sowohl von Seiten der Agentur wie der Informationsbeauftragten exklusives Material erhalten, wie es mit dem redaktionellen Gefäss "Pfarrblatt-Exklusiv" der KIPA schon geschieht. Zu einem doch noch bedeutenden Teil sind diese Redaktoren nicht hauptamtlich tätig und zum anderen kann nur so eine echte Arbeitsteilung mit den Informationsblättern erreicht werden, was sich je länger je mehr durch beidseitige klare Auftragsformulierung aufdrängt.

Als Hilfe für den gegenseitigen Informationsfluss hat sich allgemein erwiesen, dass die Zeitungen in ihrer Redaktion eine für den kirchlichen Bereich zuständige Kontaktperson bezeichnen, wie es die grösseren Tageszeitungen schon getan haben. Damit wird unter anderem auch der Kontakt erleichtert, wenn sich bei bestimmten, unmittelbar auftauchenden Problemen eine Kontaktnahme mit einer kirchlichen Instanz aufdrängt, was von den katholischen Zeitungen eher mehr als weniger gepflegt werden sollte. Gerade aus diesem Grunde wäre es notwendig, dass regelmässige Begegnungen zwischen der Kirchenleitung und den Informationsbeauftragten der Diözesen einerseits und den Medienschaffenden andererseits vorgesehen würden, wie es beispielsweise in der Diözese St. Gallen bereits der Fall ist. Das wäre bei einer sowohl personellen wie auch geografischen Ausweitung der bestehenden "Zürcher Pressegesprächen" und den Treffen der "Informateurs religieux" in Lausanne möglich. Damit hätten die in den katholischen Druckmedien arbeitenden Journalisten auch wieder regelmässig Gelegenheit, auf Landes- und Regionsebene Hintergrundmeldungen zu erhalten, die durch die oben erwähnte Öffnung immer rarer werden. Dann würden aber auch die Arbeit und die Standpunkte hüben und drüben besser verstanden. Trotz des stark in Mode gekommenen Trends, (fast) alles kontrovers darzustellen, dürften aber noch mehr katholische Zeitungen der angesprochenen kirchlichen Instanz den ihr gebührenden Raum zur Verfügung stellen.

Regelmässig Begegnungen vorsehen

Die Pflege eines gesellschaftlichen und kollegialen Umfeldes unter all jenen, die für Informationen im kirchlichen Bereich besorgt sind und jenen, die sie sachgerecht weiterverarbeiten und an die Leser vermitteln, sollte mehr gepflegt werden. Wir haben schon weiter oben festgestellt, dass der Umgang mit kirchlichen Sachverhalten und Problemen ganz besonders dazu angetan ist, gegensätzliche Auswirkungen auszulösen. Deshalb sollte vermehrt darauf geachtet werden, dass die eigentlichen Konfliktparteien freigelegt werden, und nicht der Konflikt den Zeitungen angelastet wird, die ihn nur wiederspiegeln. Den Zeitungen und Redaktionen muss nämlich das Recht zugebilligt werden, das ganze Spektrum auszuloten in Fragen, in denen der Pluralismus der Meinungen als selbstverständlich gilt. Bisweilen wären von kirchlichen Gremien auch klare Stellungnahmen zu erwarten, indem sie sich hinter die Redaktionen und Zeitungen stellen würden und diese in den Auseinandersetzungen mit Randgruppen und Extremisten nicht in Wind und Wetter allein liessen. Besonders die kreditschädigenden und ehrabschneidenden Qualifikationen von Extremisten gegen katholische Zeitungen und ihre Redaktoren müssten einmal von höherer Warte aus deutlich und unmissverständlich und auch mit Namen genannt werden. - Aber auch Einzelpersonen in sekulären Stellungen hätten nicht selten Gelegenheit, den katholischen Blättern und ihren Redaktoren etwas vom notwendigen Sozialprestige zu vermitteln. Das fängt damit an, dass hinter "unsere Leute" gestanden wird, dass man sie aber auch bezieht und ihnen hin und wieder ein Forum in anderen Umkreisen schafft.

Das Ansehen der katholischen Zeitungen und Redaktionen ist nämlich in der Branche nicht gerade rosig. Sie haben nicht den Stellenwert, der ihnen im gesellschaftlichen und pluralistischen Umfeld zukommt. Zur Verbesserung der Situation haben aber alle interessierten Kreise in ihrem Bereich etwas beizutragen, was schliesslich in eine bessere gegenseitige Zusammenarbeit, aber auch ein entspannteres Verhältnis nicht zuletzt im Umgang von Mensch zu Mensch, also in echt christlichem Sinne ausmünden dürfte. Die AKP ist bereit, ihren Beitrag dazu zu leisten.

2.3 DIE PARTEINAHE PRESSE

Historisch gesehen ist die katholische Presse mit der christlich-demokratischen resp. katholisch-konservativen Presse gewachsen. Die Meinungspresse ist zudem in der Schweiz bis heute, wenigstens im Bereich des Zeitungswesens, parteigebunden geblieben.

In der vorliegenden Schrift wird in manchen Fragen bewusst von den Sachverhalten und Problemen der parteigebunden resp. parteinahen Presse abgesehen. Zum einen wurde fast parallel zur Arbeit der AKP, aber ganz unabhängig davon, von der Studiengruppe für Medienpolitik der CVP Schweiz eine (erstmalig erstellte) Analyse der CVP-Presse vorgelegt. Auf eine Doppelspurigkeit in der Analyse der Probleme konnte somit verzichtet werden, da beide Papiere teilweise auch in die gleichen Hände kommen werden. Zum zweiten sind auch innerhalb der christlich-demokratisch ausgerichteten Presse über weite Strecken keine einheitlichen Wege mehr feststellbar, zusehr sind in mancherlei Hinsicht die spezifisch lokalen und regionalen Verhältnisse sowie die Form der Zusammenarbeit Presse - Partei verschieden. Dabei stellt man fest, dass die Statuten mit der Wirklichkeit manchmal nicht mehr übereinstimmen, und die Haltung von Redaktoren und Verlegern nicht unbedeutenden Veränderungen unterworfen ist.

Aus verschiedenen Gründen wie gesellschaftlichen, kommunikationpolitischen und journalistischen sind zwischen der Partei und ihrer Presse Lockerungen eingetreten, ein Prozess, der immer noch im Gange ist. Der eine sah in der Bindung, sei es in institutioneller, personeller oder auch ethischer Hinsicht einen nicht mehr tragbaren Hemmschuh, da der Hintergrund der Verbindung aus einer ganz anderen Zeit stammte und auf dem Papier kaum Veränderungen erfahren hatte. Der andere gab der gesamtgesellschaftlichen Funktion der Presse den Vorrang. Dazwischen lagen alle Variationsmöglichkeiten, die wir heute bei unseren Blättern feststellen, ohne auf die Beweggründe einzugehen.

Die spezifische Funktion wahrnehmen

Ein Grossteil der den C-Parteien nahestehenden Zeitungen hat ihre Kräfte auf den lokalen und regionalen Bereich zu konzentrieren, wie wir noch sehen werden. In einem räumlich abgegrenzten Raum erfülle sie die immer entscheidender werdende Funktion von Kommunikation in einer engeren Umwelt, wird im genannten Papier der CVP-Schweiz richtigerweise festgestellt. Da auch in diesen Regionen der Meinungspluralismus - wie übrigens in der Partei selber auch - Einzug gehalten hat, kann sich die Zeitung nicht nur aus wirtschaftlichen Überlegungen nicht leisten, nur für einen bestimmten Leserkreis zu schreiben. Sie würde ihren umfassenden Informationsauftrag nicht erfüllen.

Im Journalismus, wie er heute praktiziert wird, ist nicht zu übersehen, dass ein Uebergewicht an rein auf die Partei und ihre Exponenten bezogene Meinungsbildung immer wieder droht, die redaktionelle Freiheit einzuschränken und zudem ungläubwürdig zu wirken. Dies ist und wird sich mit der Zeit nicht nur für die Zeitung, sondern auch für die Partei selber nachteilig auswirken. In diesen Überlegungen liegen die Gründe, warum die meisten Presseerzeugnisse auf ihre Selbständigkeit von der partei-politischen Struktur hinarbeiten. Dort, wo der erwähnte Meinungsbildungsprozess bei den Zeitungsmachern auf dem geschilderten Gedankengang und in der festen Überzeugung beruht, mit der politischen Organisation gemeinsam dem christlichen Auftrag in der Welt zu dienen, da kann man nicht leichtfertig von einem Ablösungsprozess sprechen, sondern vielmehr von der Wahrnehmung der eigentlichen, spezifischen Funktion der Presse.

Es wäre aber ein Trugschluss zu glauben, eine fachlich gut gemachte und leserfreundlich gestaltete Zeitung müsse eine sogenannte neutrale Zeitung sein. Für eine engagierte Meinungsbildung, die den möglichst umfassenden Informationsanspruch ihrer Leser ernst nimmt, ist auch heute noch ein dankbares, aber anspruchsvoller gewordenes Wirkungsfeld vorhanden. Der Leser weiss nämlich, wo seine Zeitung steht; er kann sich leichter orientieren und ist damit auch weniger Unsicherheiten ausgeliefert.

Diese Art, Zeitung zu machen, verlangt von den Redaktoren einiges und insbesondere die geschärfte Fähigkeit, das Wesentliche vom weniger Wichtigen zu unterscheiden und selber die sich aufdrängenden Schwerpunkte zu setzen.

Auch für ihn bleibt es in einer institutionell - nicht aber weltanschaulich - lockerer Form der Zusammenarbeit erstrebenswert, sich an den Grundsätzen jener Partei zu orientieren, die sich mit jenen der Zeitung decken. Es bleibt also nach wie vor sinnvoll, dass die dem christlichen Gedankengut verpflichtete Presse mit den C-Parteien eine Form der Zusammenarbeit pflegt, wie es sich für beide auch mit den kirchlichen Institutionen verhält. Dabei tun auch die Zeitungsmacher gut daran, sich immer wieder neu zu überlegen, aus welchen Gründen sie eine von der nahestehenden Partei selbständigerere Arbeitsweise anstreben, um die eigene Haltung auch regelmässig zu prüfen, da die Alltagsarbeit gerne vom Weg ablenkt.

Ein Modell für die parteinaha Presse

Dem gegenüber darf die C-Presse auch erwarten, dass die ihr nahestehenden Parteien sie als unabhängiges Arbeitsinstrument zur Umsetzung ihres Gedankengutes betrachten und sich - nicht nur in bezug auf parteipolitische Meldungen - ihrer Zeitung gegenüber informationsfreudig zeigen.

Wie schon weiter vorne angetönt, ist die Form der Zusammenarbeit Presse - Partei von Region zu Region und oft sogar von Zeitung zu Zeitung verschieden, da Leserkreis, Grösse der Zeitung und auch Abdeckungsgrad andere Voraussetzungen schaffen. Dies kann aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass bei Redaktoren, Verlegern und Parteiverantwortlichen, wenn nicht Unsicherheit und Ungewissheit über den richtigen Weg, so doch ungenügend abgestützte Vorstellungen und Mangel an Vertrauen in den Partner vorkommen. Neu aufkommende Fragen werden rein pragmatisch gelöst. Es muss daher gemeinsam an einem Modell für die parteinahe Zeitung gearbeitet werden, das den verschiedenartigen Gegebenheiten Rechnung trägt und besonders den Erfordernissen der auf christlichen Grundsätzen beruhenden Kommunikation gerecht wird. Dies soll unter anderem den Zeitungsmachern die Kraft und auch die Ueberzeugung für eine den eigenen Grundsätzen entsprechende vielfältige Meinungsbildung in der Gesinnungspresse geben und den Politikern die Bereitschaft, die sachliche Diskussion und Auseinandersetzung in ihrer Zeitung nicht nur anzunehmen, sondern auch als Bereicherung für ihre Arbeit anzusehen.

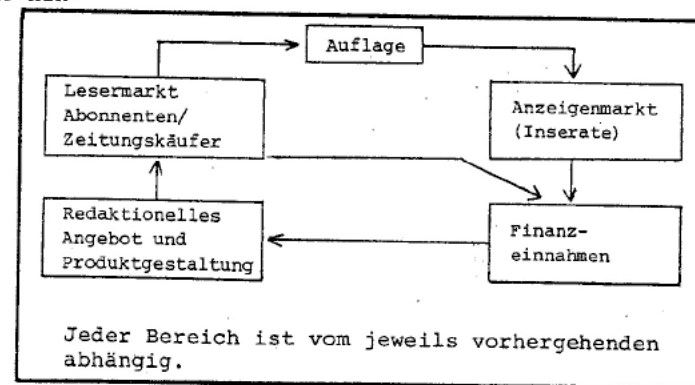
2.4 ANALYSEN

2.4.1 Leser- und Anzeigenmarkt

Wir haben schon weiter oben festgestellt, dass die Bindungslosigkeit des (katholischen) Lesers zur katholischen Zeitung zunimmt. Viele Katholiken - auch in leitenden Stellen des kirchlichen Lebens - identifizieren sich nicht mehr so stark mit "ihrer" Zeitung. Das innere Motiv, diese Zeitung zu abonnieren, fehlt vielfach. Dabei erwartet der katholische Verleger natürlich auch nicht, dass man seine Zeitung lediglich aus "karitativen" Gründen abonniert.

Das kommunikative Verhalten des Lesers ist heute vermehrt auf das für ihn interessantere Angebot ausgerichtet. Aktualität und eine breite Palette von Informationen stehen für viele Leser im Vordergrund. Die medienspezifische Funktion eines bestimmten Organs wird weniger beachtet. Dadurch nimmt die Zahl der effektiven und auch potentiellen Abonnenten ab. Ausserdem ist festzustellen, dass die Leserschaft zahlreicher katholischer Zeitungen zum Teil überaltert ist, weil für den "jüngeren" Markt da und dort, wie schon angetönt, die Bezugsmotivation fehlt oder sich das Angebot nicht mit den Erwartungen der jüngeren Leser deckt oder der Leser durch ein weniger gutes Verteilsystem nicht konkurrenzfähig bedient wird.

Die Werbebranche stellt nun aber primär auf die Auflagenstärke und den Abdeckungsgrad und somit auf den günstigsten Tausenderpreis ab. Bei einer kleineren Zeitung ist dieser Preis nun relativ hoch, weshalb diese dann von den Inserenten weniger berücksichtigt werden, obwohl kleine Regionalzeitungen vom Beachtungswert und von der Zielgruppendefinition her ebenfalls gewichtige Vorteile haben. Infolge kleiner Auflage und Auflagenverlusten wird nun aber eine auflageschwächere Zeitung immer mehr in finanzielle Schwierigkeiten gedrängt. Die unten stehende Grafik weist auf die Ursachen und den Kreislauf der Probleme hin.



Die stärkere Nachfrage nach neutralen Zeitungen schwächt also die Stellung der sich den christlichen Grundwerten verpflichtenden Zeitungen. Dies gibt der weltanschaulich ungebundenen Presse eine marktbeherrschende Stellung, da sich mit zunehmendem Pluralismus auch das Verhältnis des Lesers zu seiner Hauszeitung geändert hat. Daraus entstehende finanzielle Engpässe wirken sich folglich negativ auf die redaktionelle Leistung, auf die Produktgestaltung und die Verteilung aus. In dieser Lage werden klare Prioritäten bei den redaktionellen Leistungen und rationelle Produktionsmöglichkeiten immer wichtiger. Dabei dürfen die katholischen Zeitungen nicht bei der geschichtlichen, kirchlichen und politischen Situation des 19. Jahrhunderts stehen bleiben, die ihr eine ideelle Funktion zuteilte. Wenn die Existenzberechtigung nicht jeden Tag durch gute redaktionelle Leistung bestätigt wird, dann ist ihre Notwendigkeit zunehmend in Frage gestellt.

Viele katholische Zeitungen müssen also ihr Angebot überprüfen und die Eigenleistungen ausbauen. Sie müssen sich überlegen, wie sie ein gutes Verhältnis zwischen Aktualität, Information und eigener Meinung erreichen können. Ohne Schwerpunkte geht es dabei aus finanziellen Gründen nicht.

In diesem Zusammenhang ist festzustellen, dass den katholischen Zeitungen oft eine klare Definition für ihre Marktposition fehlt. Damit neue Leserbindungen entstehen, muss diese Zeitung neue Zielgruppen erkennen und ihre Tätigkeit darauf ausrichten (z.B. Jugend). Dabei spielt eine grosse Rolle, ob sie Alternativzeitung (also Ersatz für eine andere Zeitung) oder Ergänzung (Zweitzeitung) zur neutralen Zeitung ist. Probleme können unter anderem auch dort entstehen, wo bestimmte Funktionen vom gut ausgebauten Pfarrblatt wahrgenommen werden. Die Erfahrungen zeigen, dass es dabei in der Regel möglich ist, eine sinnvolle Ergänzung zu verwirklichen, wenn gemeinsam ernsthaft danach gesucht wird.

Auf die Toleranz angewiesen

Die Neuumschreibung der Aufgabenstellung für die Zeitung kann dabei kaum zur Aufgabe des grundsätzlichen Kurses führen, wobei dieser natürlich nicht an verstaubten Klicherevorstellungen hängen bleiben darf. Denn die katholische Zeitung darf nicht neben dem eigenen Markt oder neben den mehrheitlichen Lesererwartungen leben. Wenn nämlich die Zeitung den recht unterschiedlichen Auffassungen und Erwartungen nicht entspricht, erfolgt der Wechsel zur neutralen Zeitung sehr rasch. Dabei ist leider das Verständnis für die Meinungsvielfalt gerade innerhalb der angestammten Leserschaft lange nicht immer vorhanden. Gerade die katholische Zeitung ist aber auf Toleranz und Verständnis ihrer Leser angewiesen, gehören doch unterschiedliche Meinungen zu unserer Gesellschaftsform und somit auch zur Funktion einer freien Presse. Andererseits muss die Zeitung bei aller Rücksicht

auf Einzelmeinungen eine konsequente Linie befolgen und diese im Redaktionsprogramm festhalten. Dabei dürften auch die inneren Beziehungen zwischen Kirche (Volk Gottes) und der katholischen Zeitung offen sichtbar werden, denn die Zeitung stellt sich in besonderer Weise in den Dienst der kirchlichen Öffentlichkeitsarbeit.

Diese Ausrichtung kann aber keineswegs heissen, dass ein wirtschaftlich orientiertes Denken bei der katholischen Zeitung als Nebensache zu betrachten wäre. Verlagsleitungen und auch Redaktionen sehen dies in der Regel sehr realistisch. Dagegen fehlt dieses marktorientierte Denken nicht selten in vielen Kreisen, die an die katholische Zeitung lediglich Erwartungen richten und zu wenig an eine entsprechende marktorientierte Unterstützung denken. In dieser Hinsicht ist ein Umdenken gerade bei Katholiken, die in Kirche und Politik in vorderster Front arbeiten, dringend notwendig, wenn einzelne katholische Zeitungen ihre Existenz erhalten und wenn möglich noch ausbauen sollen.

2.4.2 Personelle Aspekte der Redaktionen

Redaktionelle Arbeit ist heute sowohl inhaltlich wie auch in der Arbeitsintensität anspruchsvoller geworden. Als Konsequenz daraus ergibt sich auch, dass der Beruf nicht mehr zwingend fürs Leben gilt. Selbst Leute mit langjähriger Berufserfahrung sind ständig Verlockungen in verwandte Bereiche (vor allem PR- und Informationsstellen) ausgesetzt und wandern nicht selten dorthin ab. Mit materiellen Anreizen und vor allem auch Weiterbildungsmöglichkeiten im weitesten Sinne sollte in fortgeschrittenen Positionen die Berufstreue honoriert werden, wie unter 3. noch gezeigt wird.

Neben diesem allgemein zunehmendem Druck auf alle jene, die in den (Druck-)Medien tätig sind, wird von Journalisten und Redaktoren katholischer Zeitungen wie auch von katholischen Medienschaffenden überhaupt über das handwerkliche Können und das publizistische Engagement hinaus eine tiefere und spezifischere Motivation erwartet. Daran wird eine stärkere Identifizierung geknüpft, die oft schon bei der Anstellung ausschlaggebend ist. In dieser Umschreibung steckt viel Konfliktstoff und die Ursache für viel Resignation, resp. mangelnden Vertrauens von Seiten der Entscheidungsorgane. Vielleicht ist auch darin ein Grund zu suchen, dass junge Journalisten und Redaktoren eine gewisse Scheu haben, sich an eine katholische oder C-Gruppierungen ausdrücklich nahestehende Zeitung zu "verdingen", als ob dann auf ihre künftige Karriere ein Makel fiele, was eine rein gefühlsmässige Abneigung zu sein scheint. Denn diese Haltung hat überhaupt keinen realen Hintergrund, was bekannte Beispiele leicht untermauern können. Dennoch bleibt die Tatsache, dass jüngere Redaktoren nicht selten Mühe haben, sich mit einem weltanschaulich gegebenen Kurs einer C-Zeitung zu identifizieren.

Der Anteil der fachlich und allgemein schlecht oder ungenügend ausgebildeten Redaktoren und Journalisten scheint bei der C-Presse grösser zu sein als bei anderen Zeitungen, wozu die zwei vorausgehenden Abschnitte andeutungsweise die Gründe angeben könnten. Oft müssen aber katholische Zeitungen auch aus wirtschaftlichen Gründen mit personell bescheidenen Teams auskommen. Auch die redaktionellen Budgets sind beschränkt. Sie erlauben kaum attraktive Sonderleistungen und sind in bezug auf den Seitenumfang und die Exklusivitäten gegenüber den neutralen Konkurrenten im Hintertreffen. Aus diesem Grunde sind auch die Arbeitsbedingungen weniger attraktiv. Die Mitarbeiter sind mit viel administrativem Kleinkram belastet und auch oft schlechter honoriert als bei der weltanschaulich ungebundenen Presse und besonders den elektronischen Medien, welche für viele eben ausgebildete junge Journalisten verlockender sind. Diesen grundlegenden Problemen ist die dauernde Aufmerksamkeit zu schenken. Der journalistische Sachverstand und die publizistische Potenz aller Redaktionen der C-Presse sollten intensiver genutzt werden und möglichst für alle gemeinsam eingesetzt werden, was die publizistische Attraktivität für viele Mitarbeiter erhöhen würde und den katholischen Zeitungen den Stellenwert einräumen würde, der ihnen im gesellschaftlichen und pluralistischen Umfeld zukäme. Als weitere Konsequenz käme hinzu, dass die journalistische und technische Qualität der katholischen Zeitungen steigen würde und mancher Mitarbeiter zudem mehr zur profilierten geistigen Grundhaltung seiner Zeitung stehen würde, was heute von einigen fälschlicherweise als Mangel angesehen wird.

Weiterbildung systematisch betreiben

Zahlreiche Erfahrungen und ein Blick in die Praxis zeigen, dass sowohl die Weiterbildung wie die Nachwuchsförderung im Bereiche der katholischen Presse nicht systematisch genug betrieben wird. Es fehlt an einem entsprechendem Konzept, das für Kontinuität bürgt. Es scheint, dass die Studienprogramme am Institut für Journalistik an der Universität Freiburg zu stark auf Kommunikationswissenschaft und elektronische Medien ausgerichtet sind. Deshalb ist auch das Ergebnis an journalistischem Nachwuchs für die C-Presse zu gering, was nicht selten Anlass zu kritischer Haltung dem Institut gegenüber ist, welches von den Vereinigungen der katholischen Presse nach wie vor wesentlich mitgetragen wird. Im gesamten Medienwesen ist heute eine Verwilderung der publizistischen Sitten und ein ethisches Defizit auszumachen. Weiter ist nicht zu übersehen, dass in den redaktionellen Belangen katholischer Blätter oft nach journalistischer Dilettantismus sich breitmacht. Das zeigt sich in den journalistischen Darstellungsformen, in der redaktionellen Bearbeitung des Inhaltes und auch im Inhalt selber.

Das Postulat gut ausgebildeter katholischer Journalisten ist zwar in den entsprechenden Gremien immer wieder betont worden. Hier müsse einmal resoluter der Hebel angesetzt werden, damit grobe Fehler nicht mehr "weitervererbt" werden. Gemeinsam muss zusammen mit Verlagen und Redaktionen nach Lösungen gesucht werden, um den Nachwuchsleuten eine sorgfältige Ausbildung zuteilkommen zu lassen. Besonders müsste man das Problem angehen, wie bei personell unterdotierten Redaktionen oder sogar Einmann-Redaktionen Absenzen zur Weiterbildung ermöglicht werden können. Da eine personelle Aufstockung aus finanziellen Gründen nur vorsichtig und zähflüssig vorgenommen werden, ist den nebenberuflichen Mitarbeitern durch Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten volle Aufmerksamkeit zu schenken, ist dies doch der gesteigerten journalistischen Ansprüche wegen notwendig. Dabei ist auf die Rekrutierung nebenberuflich tätiger Frauen besonders zu achten. Es scheint schliesslich notwendig zu sein, dass den Redaktoren, die sowohl berufsspezifisch wie in ihrer Einstellung zur Grundhaltung der Zeitung ihr Bestes geben, von Seiten der Vertreter der Kirchen, Parteien und Behörden sowie den Lesern mehr Vertrauen entgegengebracht wird. Es bräuchte auch eine besondere Affinität von kirchlichen und politischen Kreisen, wie sie sich hinter "ihre" Zeitungen stellen, denen sie zwar eine möglichst grosse Unabhängigkeit belassen, sie aber als Instrumente ihrer Ideen in aller Loyalität anerkennen. Dies könnte über manche Konflikte und Enttäuschungen auf beiden Seiten hinweghelfen. Darüber hinaus gehört es zur vornehmsten Aufgabe der Vereinigungen im Bereiche der katholischen Presse, den Kollegen, den jüngeren, aber auch den "Etablierten", so etwas wie eine geistige Heimat zu geben. Die Pflege des gesellschaftlichen und kollegialen Umfeldes gehört gerade für den katholischen Journalisten mit dazu.

2.4.3 Finanzielle Aspekte

Ohne eine eingehende Analyse durch Fachleute ist es äusserst schwierig, kurzgefasste, finanzielle Elemente festzuhalten, die eine gewisse Gültigkeit haben und zudem differenziert genug sind. Es kann sich also besonders in diesem Kapitel über die finanziellen Aspekte nur um Ansätze handeln, die in jedem Fall zu überprüfen sind.

Aus den uns zur Verfügung stehenden Unterlagen geht hervor, dass von den 18 katholischen Tageszeitungen mindestens neun finanzielle Schwierigkeiten haben, von denen drei in ihrer Existenz mehr oder weniger gefährdet sind. Diese Sachlage dürfte sich im Jahr 1981 angesichts des allgemein rückläufigen Trends an Inseratenvolumen nicht verbessert haben. Vorwiegend haben aber kleinere Zeitungen finanzielle Sorgen, da bei kleinem Abdeckungsgrad und ungenügenden Auflagen das Inseratengeschäft ausbleibt. So dürfte auch die finanzielle Basis der anderen 27 katholischen Zeitungen, von wenigen Ausnahmen abgesehen, kaum besser sein. Ganz besonders gefährdet sind Lokal-

zeitungen, die 2-4 Mal wöchentlich erscheinen, in ihrer Region keine Monopolstellung haben und eine Auflage unter 5'000 aufweisen. Dort, wo sich diese drei Elemente summieren, ist die Lage ganz besonders kritisch. Dabei stellt sich natürlich unter anderem in jedem Einzelfall die Frage, inwieweit die Akzidenzdruckerei die Zeitung trägt und inwieweit eine grössere Zeitung diese direkt oder indirekt "stützt". Eine aussagekräftige Beurteilung der finanziellen Situation müsste generell durch eine eingehende Untersuchung untermauert werden. Dabei wäre in jedem Fall zu berücksichtigen, ob die Möglichkeit zu weiteren Eigenleistungen zum Bestehen im Konkurrenzkampf vorhanden ist. Trotzdem ist aber aus den vielen persönlichen Gesprächen und dem Verhalten der Verlage bekannt, dass die allerwenigsten, weltanschaulich auf einer christlichen Basis aufbauenden Zeitungen frei von finanziellen Sorgen sind, weshalb bestimmte Sofortmassnahmen oder wenigstens die Erkenntnis, dass gehandelt werden muss, im Vordergrund stehen.

Kostendruck durch notwendige technische Neuerungen

Die Leser- und Inseratenmärkte und damit die Beschaffung zusätzlicher Einnahmen können heute beim allgemein feststehenden Sättigungsgrad für die gedruckte Presse nur noch auf Kosten von anderen ausgebaut werden. Der Erfolg, der die Grundlage für die Bewältigung der technologischen Neuerungen bringen sollte, ist daher oft klein oder bleibt gänzlich aus. Gut zwei Drittel der katholischen Zeitungen werden gegenwärtig schon mit Fotosatz und Offsetdruck hergestellt und gedruckt. Von den Tageszeitungen werden nicht einmal mehr ein halbes Dutzend im konventionellen Verfahren hergestellt. Die daraus resultierende erhöhte und notwendig gewordene Fremdfinanzierung zwingt zu vermehrter verlegerischer Vorsicht und bringt eine teilweise sehr merkbare Kostensteigerung, die in ihrem vollen Umfang kaum überwältzt werden kann. In den Verlagen der katholischen Presse gibt es heute zahlreiche, sehr neuzeitlich eingerichtete Betriebe, die auf gute unternehmerische Leistung und hoffnungsvolle Zukunftsaussichten hinweisen.

Die finanzielle Lage der Zeitungen in den grösseren Agglomerationen ist am stärksten gefährdet. Deshalb werden auch diese Zeitungen von kirchlicher Seite unterstützt, wie das insbesondere in Basel, Zürich und Genf geschieht. Die Höhe der Beiträge ist im einzelnen nicht bekannt. Inwieweit eine direkte Unterstützung der Partei(en) erfolgt(e), ist ebenfalls nicht bekannt. Im vergangenen Jahr wurde zudem eine umfassende Unterstützungsaktion für die "Neuen Zürcher Nachrichten" eingeleitet, die mit der Umgestaltung und Verstärkung des redaktionellen Lokalteils einherging. Die Aktion lief sehr befriedigend ab. Dennoch müssen auch in den kommenden Jahren mehrere hunderttausend Franken aufgebracht werden, wobei weiterhin auf die kirchlichen Gelder gerechnet werden kann. In den vergangenen Jahren haben im weiteren die Abnehmer der im Auftrag der "Vereinigung der Ver-

leger katholischer Zeitungen" beim "Vaterland" hergestellten Seiten "Spektrum der Kirchen" und "Christ und Kultur" für diese Wochenendbeilage Beiträge aus dem Fastenopfer und Medienopfer (Schweiz. Kath. Presseverein) erhalten. In diesem Zusammenhang ist dem Umstand besondere Bedeutung zuzumessen, dass weder die Zeitungen des romanischen Sprachraumes noch die kleineren Lokalzeitungen der deutschen Schweiz unterstützt werden, da die Wochenendbeilage grundsätzlich nur von den Tageszeitungen übernommen werden kann. Nicht zu vergessen ist auch die finanzielle Lage der Wochen- und Familienzeitschriften resp. ihre Unterstützung.

Mittel- und langfristig gesehen ist die Presse zur Erfüllung ihres Auftrages in einer pluralistischen, auf föderalistischen Strukturen aufgebauten Demokratie nicht nur darauf angewiesen, dass sie durch Werbeabschöpfung der elektronischen Medien im lokalen Bereich nicht nur nicht geschwächt wird, sondern auf der Kostenseite mindestens mit flankierenden Massnahmen entlastet wird (Portoreduktion, Papierverbilligung, Zinsvergünstigung) (siehe auch 2.4.5). Die Steigerung der Kosten für die Erneuerung der Infrastruktur und des viel schneller veraltenden technischen Apparates lässt die Stärkung der finanziellen Basis als unabdingbar erscheinen. Dazu kommt die Notwendigkeit zu mehr Eigenproduktion, verbunden mit der Herausforderung durch die neuen Medien und die Tatsache, dass der Markt langsam gesättigt ist. Die finanziellen Beiträge von Dritten - das gilt auch für kirchliche Gelder - werden in jedem Fall nur bescheiden sein können und in den meisten Fällen für flankierende Massnahmen eingesetzt werden (Beratung, Aus- und Weiterbildung, Betriebshelferdienst, Beilagen usw.). In dieser Lage müssen sich die Verlage und Redaktionen überlegen, ob allenfalls die Umschichtung von eingesetzten Mitteln in Erwägung gezogen werden muss. Dabei ist abzuwägen, ob nicht gerade im regionalen resp. lokalen Bereich vermehrt der personelle Ausbau der Redaktion forciert werden sollte und im allgemeinen und Beilageteil auf Partner der gleichen weltanschaulichen Richtung abzustellen ist, wenigstens für bestimmte Bereiche.

In der im Herbst 1980 durchgeführten Umfrage des Instituts für Journalistik im Auftrag der AKP hat sich bei allerdings wenigen Antworten gezeigt, dass bei den katholischen Zeitungen ein gedämpfter Optimismus an den Tag gelegt wird. Um diesen Optimismus zu gerechtfertigen, sind Massnahmen zu prüfen, damit die Realisierung der als notwendig erkannten, verstärkten und innovativen Anstrengungen auch durchgeführt werden kann.

2.4.4 Formen der Zusammenarbeit

Die Auflagestruktur der katholischen Zeitungen und die finanzielle Situation ruft, wie wir bis jetzt gesehen haben, gebieterisch nach kostensparenden Massnahmen. Solche Massnahmen wurden schon immer gesucht und auch realisiert. Da eine diesbezügliche Zusammenarbeit mit Zeitungen am Platz oder in nächster Nähe aus richtungspolitischen und/oder Konkurrenzgründen meist nicht oder nur bedingt möglich ist, drängt sich eine Zusammenarbeit mit Zeitungen gleicher Richtung auf, die nicht in einem direkten gegenseitigen Wettbewerbsverhältnis stehen.

Unter den katholischen Zeitungen gibt es heute schon eine mannigfaltige Zusammenarbeit. Dabei ist einmal zu unterscheiden zwischen redaktioneller und verlegerischer Zusammenarbeit, die sich in der Regel eher auf einen bestimmten geografischen Raum beschränkt. Diese Zusammenarbeit muss aber, wie Beispiele zeigen, gewisse Rücksichtnahmen als selbstverständlich miteinschliessen, wenn das Unterfangen von Erfolg gekrönt werden soll. Die Zusammenarbeit darf in keinem Fall den Charakter des Wohltatenspendens und Almosenempfangens tragen, sondern soll wirtschaftliches Denken und Handeln ohne einseitiges Gewinnstreben beinhalten. Um zu diesem Ziel zu gelangen, gibt es einmal die zwischenbetrieblichen Abmachungen. Dann ist auch die Mitgliedschaft in der "Vereinigung der Verleger katholischer Zeitungen", die noch weitere Dienstleistungen anbieten könnte, ein Weg. Die Zusammenarbeit soll aber auch dazu beitragen, die redaktionelle Leistung zu erhöhen und die (redaktionellen) Mittel gezielter einzusetzen, ohne dabei in Uniformität zu verfallen. Eine Form dazu will der "Verein Schweizerischer Katholischer Publizisten" bieten, der über die "Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse" (AKP) mit der Verlegerschaft einen dauernden Kontakt pflegt.

Wie angedeutet, sind an irgendeiner Art von Zusammenarbeit wahrscheinlich die allermeisten katholischen Zeitungen der Schweiz beteiligt. Genannt seien einmal die Verlage, die täglich und massgeblich kooperieren: Vaterland, Ostschweiz, Aargauer Volksblatt, Basler Volksblatt, Nordschweiz, Freiburger Nachrichten, Thurgauer Volkszeitung, Solothurner Nachrichten, Neue Zürcher Nachrichten, Neues Wiler Tagblatt und Bündner Tagblatt. Sie arbeiten teilweise mit einem gemeinsamen "Mantel" (Kopf-Blatt-System), teilweise gemeinsamen Bundesstadtreaktoren und im Wirtschaftsteil zusammen. Dazu kommen hier und da gemeinsame Beilagen. Weitere Verlage beziehen regelmässig oder gelegentlich einzelne Seiten von anderen.

Beilage "Christ und Kultur"

Als wichtiges Gemeinschaftswerk der katholischen Verleger sind die Beilagen "Spektrum der Kirchen" und "Christ und Kultur" zu bezeichnen, deren redaktionelle Konzeption einer Redaktionskommission übertragen ist und die beim "Vaterland" hergestellt wird. Sie steht grundsätzlich den Tageszeitungen, die Mitglied der Vereinigung sind, zur Verfügung. Sie wird wöchentlich seit 1975 in der Regel in einem Umfang von drei Seiten zusätzlich zu den oben genannten Zeitungen noch folgenden Blättern zur Verfügung gestellt: St. Galler Volksblatt, Sarganserländer und (nur "Spektrum der Kirchen") Liechtensteiner Vaterland, Entlebucher Anzeiger und Appenzeller Volksfreund.

Die Beilage wird nicht von allen Zeitungen mit der gleichen Regelmässigkeit abgenommen. In bezug auf die Effizienz ergibt das heikle Fragen nach dem verantwortbaren Einsatz der zur Verfügung gestellten Mittel und stellt dem Kooperationswillen nicht immer das beste Zeugnis aus. Andererseits zeigt es aber auch, dass einige Abnehmer mit der im Redaktionsstatut festgelegten "religiös-kulturellen" Ausrichtung nicht zufrieden, in ihrem Seitenverhältnis überfordert sind oder die eigentliche Bedeutung für sich selbst und das ganze katholische Pressewesen in der Schweiz nicht richtig einschätzen resp. verkennen. Man darf dabei nach ein paar Jahren Erfahrung nicht ausser acht lassen, dass es äusserst schwierig ist, eine Beilage sowohl in redaktioneller wie grafischer Hinsicht zu gestalten, die einigermaßen in das Konzept vieler unterschiedlich gelagerter Zeitungen passt. Vielleicht gibt man aber da und dort den formalen Aspekten zu grosse Bedeutung und merkt dabei nicht, dass man den Rost an der Glaubwürdigkeit einer umfassenden eigenen Zeitung weiter wuchern lässt.

Die zahlreichen Gespräche mit und unter den Betroffenen zeigen aber, dass die Beilage vermehrt auf die Thematik "Christ und Gesellschaft" ausgerichtet werden muss. Sie muss mehr Zielgruppen und Leserinteressen berücksichtigen in einem Bereich, wo Abnehmerzeitungen aus eigenen Kräften nicht aktiv werden können. Eine etwas aufgelockertere Gestaltung, wenn es auch nicht gleich Magazincharakter sein muss, täte dem Ganzen nach wie vor gut. Auch für die technische Herstellung wären neue Formen zu prüfen, mit denen man den verschiedenen grafischen Konzepten der Abnehmer besser entgegenkommen könnte. Dies könnte unter anderem dazu beitragen, dass die Beilage nicht weiter an einigen Orten eine "Füller-Funktion" ist, was am Rande des Verantwortbaren liegt. An einem neuen Konzept wird eifrig gearbeitet.

Der Vollständigkeit halber sei erwähnt, dass die obgenannten Verlage nicht nur untereinander, sondern auch mit andersgerichteten Zeitungen kooperieren, besonders auf dem Gebiet von TV/Radio, Auto, Magazin usw. Nicht unerwähnt seien auch die Inseratenkombinationen, die meistens am gleichen Ort zustandekommen und ausserhalb einer gemeinsamen ideellen Ausrichtung liegen können.

Trotz allem ist aber auch eine engere Zusammenarbeit nicht nur zwischen grösseren einerseits und grösseren und kleineren Zeitungen andererseits, sondern auch unter kleineren möglich. Solche Beispiele sind gegenwärtig im Kanton Schwyz im Gange. So wird die "Schwyzer Zeitung" im Sommer 1982 in einem Neubau im Fotosatz hergestellt werden. Diese soll dann auf der Rollenoffsetmaschine beim "Einsiedler Anzeiger" gedruckt werden und wieder wie früher auf die zweimalige Ausgabe pro Woche zurückkehren. Im vollständigen Neubau an der Peripherie von Einsiedeln soll dann auch ein völlig umgestalteter "Einsiedler Anzeiger" herauskommen. Damit verstärken diese beiden katholischen Zeitungen sowohl ihre technische als auch redaktionelle Zusammenarbeit. Beide Zeitungen sehen dabei eine Möglichkeit, die Kosten mit den modernen Anlagen zu senken sowie die Information zu konzentrieren und durch Hintergrundberichte zu bereichern. Ähnliche Bestrebungen wurden auch zwischen Zeitungen anderer weltanschaulicher Richtung im Kanton Schwyz realisiert oder stehen vor der Verwirklichung.

Mit der Einführung der neuen Technik in beinahe allen Betrieben haben sich die Möglichkeiten der Zusammenarbeit vergrössert und es stehen noch weitere Zukunftsperspektiven offen. Es ist daher jetzt der geeignete Moment, um diese Zusammenarbeitsformen neu zu überdenken. Dabei sei gleich festgestellt, dass bei der technischen Umstellung es ausser einigen sporadischen Kontakten fast völlig an gemeinsamer medienpolitischer Strategie und Finanzplanung fehlte. Dies hätte gegenseitig befruchtend sein können; man denke nur an die frühzeitige Abstimmung der Datenträger, die es dem Computersystem ermöglicht hätte, Texte ohne eigene Erfassung direkt zu belichten. Die Türen dafür sind natürlich noch keineswegs zugeschlagen. Im weiteren bietet sich die Möglichkeit, für ganze Seiten nur die Texte zu übermitteln und dann eigene Bilder einzufügen, oder bei ganzen Seiten Texte und/oder Bilder auszuwechseln. Dies kann vor allem für die Redaktion von Beilagen grosse Vorteile bringen. Durch eigene Kombinationen bekommen die übernommenen Seiten dann ein spezifisches Bild.

Kontakte auf Ebene der Redaktionen verstärken

Neben dem technischen Bereich gibt es selbstverständlich auch auf der redaktionellen Ebene zahlreiche Möglichkeiten, und dabei vergisst man nicht selten die naheliegendsten und einfachsten. Zu denken ist dabei unter anderem an Gastwochen bei befreundeten Redaktionen und an gegenseitige Korrespondententätigkeit. Nicht zu vergessen ist der einfache Erfahrungsaustausch, zu dem die Redaktionen ihren Mitgliedern vermehrt Gelegenheit bieten sollten. Weiter sei an die direkte oder indirekte Zusammenarbeit in der Werbung und der Inseratenakquisition erinnert. Ganz allgemein sollten Zeitungen in ähnlichen Situationen auf allen Bereichen vermehrt ihre Erfahrungen austauschen, Massnahmen besprechen und nach weiteren kooperativen

Lösungen suchen. Dabei ist neben den genannten allenfalls auch zu prüfen, wieweit eine Zusammenarbeit unter Zeitungen möglich wäre, um eine gemeinsame Finanzierung zu sichern. Diese Frage stellt sich beispielsweise bei der Vorbereitung von Werbeaktionen, Leserbefragungen und im reaktionellen Bereich auch bei der Vorbereitung umfangreicher, arbeitsintensiver Themen, was gemeinsam getan werden könnte. Hier sind redaktionelle und technische Ko-Produktionen möglich.

Bei all diesen kooperativen Lösungen sind die Vorteile jedes Partners ohne Prestigebedenken und ohne Hintergedanken optimal auszunützen und Nachteile abzubauen. Dazu bedarf es einiger Grundregeln, die sowohl von Liefer- als auch Abnehmerredaktionen gleichermaßen beachtet werden sollten:

- Orientierungen, Absprachen und Mitsprache soll soweit als möglich gepflegt werden;
- technische Gegebenheiten wie Redaktionsschlusszeiten, lokale Feiertage und maschinelle Ausstattung des andern sind zu berücksichtigen;
- Zielkonflikte wie beispielsweise Nüancen politischer und kirchlicher Einstellung der betroffenen Redaktionen sind zu beachten;
- die Mitarbeit der Partnerredaktionen ist aktiv zu suchen, das Konkurrenzdenken abzubauen und der Bilderauswahl gegebenenfalls unter Berücksichtigung des regionalen Charakters grosse Beachtung schenken.

Bei all dem ist nicht zu vergessen, dass sich zwei unterschiedliche Tendenzen weiter ausprägen werden: Einerseits wird ein Zeitungstyp nach einem möglichst breiten Publikum streben, dem ein ausgefächertes Angebot an Aussagen vorgesetzt wird, das durchaus auch profiliert sein kann. Andererseits wird sich ein Zeitungstyp zum vornherein auf einen beschränkten Leserkreis einrichten, dessen Sonderinteressen ausgedehnt berücksichtigt werden. Je nach der Zeitungsstruktur in der Region gibt es unter den christlich ausgerichteten Zeitungen beide Typen. Dem ist bei der Zusammenarbeit Rechnung zu tragen.

Die Kostenseite der kooperativen Lösungen muss deutlich und umfassend unter die Lupe genommen werden. Die anzustrebenden Ziele sind Kosteneinsparungen und Verbesserungen des Angebots. Dabei darf auch von einer relativ gut situierten Zeitung nichts Unmögliches verlangt werden, denn dies würde sich auf lange Sicht unweigerlich für das gemeinsame Anliegen negativ auswirken. Die Zusammenarbeit muss sich im Ganzen gesehen fördernd und nicht hemmend auswirken.

2.4.5 Herausforderung durch elektronische Medien

In der Einleitung dieser Broschüre wurde festgestellt, dass das gedruckte Wort auch in absehbarer Zeit in seiner Leistungsfähigkeit durch kein anderes Medium ersetzt werden kann. Diese Feststellung sollte aber keineswegs bedeuten, dass die Verantwortlichen in den Druckmedien so tun könnten, als ob es die elektronischen Medien nicht gäbe, und als ob diese keinen Einfluss auf die Entwicklung der Zeitungen und Zeitschriften haben.

In diesem Unterkapitel geht es lediglich darum, ein paar Probleme aufzuzeigen und dabei zu unterstreichen, dass die Druckmedien mit der Entwicklung in den elektronischen Medien vor eine neue Situation gestellt sind; dies einmal aufgrund der Revision der Kabel- und Rundfunkverordnung. Hier steht bekanntlich die Verwirklichung von lokalen und regionalen Fernsehprogrammen im Vordergrund, wofür schon sehr zahlreiche Konzessionsgesuche eingereicht worden sind.

An dieser Stelle können wir darauf verzichten, auf grundsätzliche Fragen der medienpolitischen Entwicklung einzugehen. In den letzten Monaten ist nämlich im Auftrage der evangelischen, katholischen und christ-katholischen Kirche eine theologisch-sozialethische Erklärung zu Medienfragen erarbeitet worden. Diese Thesenreihe soll dann als offizielle Stellungnahme der Kirchen veröffentlicht werden. Vonseiten der katholischen Presseorganisationen ist allerdings niemand bei der Ausarbeitung miteinbezogen worden, obwohl auch diese zum "Leistungsauftrag der Massenmedien in der Gesellschaft" - wie der Untertitel der Erklärung heisst - einiges zu sagen gehabt hätten! In bezug auf die Grundsatzfragen der öffentlichen Kommunikation können wir dennoch auf dieses - im gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht veröffentlichtes - Papier verweisen.

Die grossen elektronischen Medien zusammen mit den kleinen Medien schaffen eine ungeheure Informationsflut. Gerade letztere wird in der Regel aber jenen Schichten der Bevölkerung zugute kommen, die sowieso bis jetzt mit öffentlicher Kommunikation schon am besten bedient waren. Es stellt sich die Frage, ob nicht einfach bei diesen Leuten neue, nicht vorhandene Bedürfnisse geweckt werden, die sowieso keinen Beitrag zur erhofften, besseren Darstellung der Zusammenhänge und Analysen bringen werden. Bis jetzt sind in diesem Bereich zu einseitig die Auswirkungen technischer und in vermindertem Masse rechtlicher Art diskutiert worden. Eine breite Diskussion über menschliche und gesellschaftliche Auswirkungen blieb bis jetzt fast völlig aus.

Konsequenz für Druckmedien

Nun interessieren uns besonders auch die Folgen für die Druckmedien. Die elektronischen Medien erlauben eine immer schnellere und auch spontanere Information. Dies schafft sozusagen einen neuen Aktualitätsbegriff, als er bis anhin für die Zei-

tungen gültig war. Diese Entwicklung bringt in einem gewissen Sinn eine Arbeitsteilung, die die Zeitungsverleger nicht übersehen können. Ueber die Konsequenzen, die daraus für die Druckmedien zu ziehen sind, muss noch intensiver auch in unseren Kreisen nachgedacht werden. Denn eine der entscheidenden Auswirkungen der neuen Medien ist darin zu sehen, dass sie dem "Konsumenten" neben dem Empfang auch eine direktere Mitarbeit erlauben. Man denke nur an Bildschirmtext-Systeme oder sogar an Zweifweg-Kabelfernsehsysteme.

Ob die elektronischen Medien im regionalen und lokalen Bereich den erwünschten Beitrag zur Verbesserung der öffentlichen Kommunikation, ohne die der Mensch seine Verantwortung in der Gesellschaft nicht übernehmen kann, werden leisten können, steht noch aus. Was wir wissen, ist aber die Notwendigkeit, dass dazu die Verbindungen zu möglichst allen wichtigen Gruppierungen am Ort sicherzustellen sind. Deshalb dürfen auch die katholischen Verlage nicht abseits stehen, wenn sie das Feld nicht von vornherein den neutralen Zeitungen oder den Inhabern administrativer, wirtschaftlicher und/oder kultureller Macht allein überlassen wollen. In der Wahl des Finanzierungssystems liegt ja auch eine der wichtigsten Auswirkungen auf die Zeitungen.

Kirchliche und politische Kreise müssen sich mit den ihnen nahestehenden Redaktionen und Verlagen überlegen, auf welchem Weg sie ihr Mitspracherecht bzw. ihre Mitsprachemöglichkeit wahrnehmen wollen. An manchen Orten sind die katholischen Verlage schon an Lokalradio und -fernsehen in einer Versuchs- oder Planungsphase mitbeteiligt. Eine solche Mitträgerschaft in einer TV- und Radioorganisation auf Ebene eines Kantons oder einer Region ist für die Zeitungsverleger möglicherweise entscheidend für das Bestehen in der Zukunft. Die elektronischen Medien mit den neuesten Entwicklungsmöglichkeiten werden für das Publikum zunehmend attraktive Möglichkeiten und für Journalisten neue Tätigkeitsfelder bieten. Dazu kommt, dass dieses Angebot stark mitbestimmt, wie die Zeitung von morgen aussehen wird. Die Verleger haben also alles Interesse daran, für alle neuen Möglichkeiten offen zu sein, sind es doch gerade sie, die im Kommunikationsbereich die reichste Erfahrung mitbringen und aus ihren weitsichtigen Entscheiden am ehesten für eine humane Weiterentwicklung bürgen.

Auch für die Kirchen und die politischen Kreise ist es nicht unwichtig, ob sie die elektronischen Medien ebenfalls für ihre Information einsetzen können. Dabei ist aber gleich schon auf die Gefahren für Kirche und Parteien hinzuweisen, wenn sie die Bedeutung der Presse verkennen. Kirchen und Parteien werden auch in Zukunft wohl keinen Sendeanspruch in Radio und Fernsehen haben und die Schwerpunkte ihrer Tätigkeit werden ebenfalls künftig am sachgerechtesten in den Druckmedien kommentiert und analysiert werden. Dies macht aber die Präsenz in

den elektronischen Medien - wie schon erwähnt- keineswegs überflüssig, ist doch ihre Stimme in einem möglichst vielfältigen und diversifizierten Medienangebot hörbar zu machen.

Auch in bezug auf den Einsatz und die erwünschte Entwicklung der elektronischen Medien - die neuen Medien miteinbezogen - fehlt es noch an gemeinsamen Grundlagen für jene Kreise, die sich im gleichen weltanschaulichen Umfeld bewegen. Die christlich ausgerichtete Presse sollte daher zusammen mit den ihr nahestehenden kirchlichen und politischen Kreisen ein gemeinsames Konzept erarbeiten, das sich auf die Thesen der Kirchen abstützen könnte.

3. HAUPTVORSCHLÄGE UND MASSNAHMENKATALOG

Jüngste Ergebnisse haben gezeigt, dass das Interesse des Schweizer an Zeitungen, an seiner Zeitung, nach wie vor besteht. Zahlreich sind aber die Hinweise und Untersuchungsergebnisse, die darauf hindeuten, dass für einen grossen Teil der Zeitungen und besonders der weltanschaulich ausgerichteten Zeitung die Chancen in einer kleinen Einheit, im lokalen/regionalen Markt liegen und zwar in auf besondere Zielgruppen zugeschnittenen Informationsträgern mit grundlegenden, nicht veränderlichen Informationen. Es liegt daher auf der Hand, dass es für die Lokal- und Regionalzeitung mehr denn je notwendig ist, mit einem erneuerten Grundsatz- und Entscheidungsprogramm zu arbeiten. Dieses hat auf ein grösseres Mass an selbstbeschaffter Information, auf den Dialog mit dem Publikum, auf die Sozialisation aller Leser, auf die besonderen Anliegen der Frauen, der Jugendlichen und vor allem der älteren Generation und nicht zuletzt auch auf richtig verstandenen "Klatsch" abzielen.

In der Pflege und im Ausbau des Lokalteils gilt es also eine Marktlücke wahrzunehmen. Dabei ist gleichzeitig das Anbieten einer Alternative zur betont laizistischen Ausrichtung der Konkurrenz miteinzubeziehen.

Um nun diese Zielsetzungen mit den vorhandenen Mitteln zu erreichen, gibt es nur die Möglichkeit einer Zusammenlegung "jener Funktionen, die die einzelnen Zeitungen für sich isoliert mit einem sub-optimalen Verhältnis zwischen Leistung und Aufwand vollbringen", wie schon in der Studie Fleck/Angehrn 1970 festgehalten wurde. Eine Zusammenarbeit ist vor allem im journalistisch überregionalen Bereich, in der gemeinsamen Aus- und Weiterbildung sowie im Werbe- und möglicherweise im Inseratensektor zu suchen. Nur so wird es den Zeitungen voraussichtlich gelingen, den Lesern ein verbessertes und innovatives Angebot zu bieten. Denn heutige und künftige Anstrengungen müssen sich in erster Linie sowohl im redaktionellen wie im technischen Bereich qualitativ auswirken, wenn sie ihr Ziel nicht verfehlen sollen. Dabei ist darauf zu achten, dass neue Doppelspurigkeiten und damit Substanzverluste verhindert werden.

Zur Optimierung der Zusammenarbeit sind unter anderem folgende Massnahmen ins Auge zu fassen:

Die Kontakte unter allen, am katholischen Pressewesen Interessierten sind zu verstärken. Zwischen den Verantwortlichen der Kirche und überregionaler kirchlicher Organisationen sowie den Medienschaffenden sollten regelmässige Kontakte entstehen, die nicht in erster Linie die Vermittlung von Informationen zum Ziele hätten, sondern einfach zum Verständnis der gegenseitigen Anliegen beitragen und auf künftige Vorhaben hinweisen könnten. Dies könnte in Fortführung dessen geschehen, was in Lausanne,

Zürich und St. Gallen schon begonnen wurde. Es sollte nämlich zur Selbstverständlichkeit werden, dass die katholischen Zeitungen nicht nur den kirchlichen Informationen eine grössere Beachtung schenken, sondern auch umgekehrt, dies unter Wahrung einer möglichst breiten Streuung der für die Öffentlichkeit bestimmten Information. Die Informationsbeauftragten der Diözesen könnten dabei an manchen Orten ebenfalls eine aktivere Rolle spielen.

zu 2.4.1: Leser- und Anzeigenmarkt

Da die meisten in der Pflege des lokalen/regionalen Bereichs eine Ueberlebenschance sehen, wäre mittelfristig, wenn es die Kostenseite erlaubt, eine gemeinsame Marktforschung zur Angabe von diesbezüglichen Hinweisen nützlich. Vorher dürfte die Schaffung von Erfahrungsgruppen unter den Verlagen oder Redaktionen oder sogar gemischt zu prüfen sein, wobei der Kreis möglicherweise einerseits zu klein und andererseits zu differenziert ist.

Eine andere Möglichkeit im Bereiche des Leserkreises wäre ein gemeinsam zu erarbeitendes Werbekonzept, das allerdings auch wieder auf zu differenzierte Interessen stossen könnte. Dabei ist aber nicht zu vergessen, dass einzelne Grundfragen für alle christlich engagierten Zeitungen viele gemeinsame Züge haben. Ideen, die dem einen gute Dienste geleistet haben, können sicher auch dem anderen Partner weiterhelfen. Es ist weiter nicht zu vergessen, dass es dem ganzen katholischen Pressewesen gut tun würde, wenn auch in der Werbung von gleichen Grundideen ausgegangen würde, und man in etwa bei Hauptanliegen gleich argumentieren würde, auch wenn dann in der Praxis dem Leserkreis angepasst vorgegangen werden muss.

zu 2.4.2: Personelle Aspekte der Redaktionen

Im personellen Bereich sind von der AKP kurz- und längerfristige Programme für die Weiterbildung und die Nachwuchsförderung zu schaffen. Die Prioritäten sind dabei von den anderen Postulaten dieses Papiers abzuleiten. Diese Schulung soll - gerade für die Weiterbildung - nicht im handwerklichen Bereich liegen, sondern ein gesamtgesellschaftliches Problem ausmachen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass journalistische Ansprüche kein Ersatz in Grundsätzen finden können. Für die Bildungs- und Schulungsarbeit sollte ein Beratergremium aus Verlegern und Redaktoren zuständig sein.

In bezug auf das Institut für Journalistik an der Universität Freiburg sollten im gegenseitigen Einvernehmen folgende Postulate dauernd beachtet werden:

- Der Kontakt zwischen der Institutsleitung und den pressenspezifischen katholischen Verbänden ist zu intensivieren und laufend wahrzunehmen. Das Institut könnte dabei regelmässig Vorträge (Gastvorlesungen) über Probleme christlicher Zei-

tungen aus der Sicht des Praktikers anbieten, womit auch der allfällige Nachwuchs unter den Zuhörern auf die Problematik, aber auch auf ein vielfältiges Arbeitsfeld aufmerksam gemacht werden könnte.

- Die medienpezifischen Belange der Druckmedien sollten im Angebot des Instituts wieder vermehrt berücksichtigt werden, damit die Zeitungen wieder auf mehr Nachwuchs aus diesem Institut zählen könnten.
- Die katholischen Zeitungen werden mit Nachdruck dazu angehalten, Studenten des Instituts in Freiburg Praktikantenstellen anzubieten, dies auch bei Lokalblättern und grösseren Pfarrblättern. Das Institut und die AKP arbeiten eine Empfehlung bezüglich Dauer, Inhalt und Entschädigung aus.

Da der Nachwuchs auf weiteren Ebenen und auch von nebenberuflichen Mitarbeitern zu fördern ist und die journalistische Mitarbeit ein gewisses Rüstzeug bedingt, damit sie auch entlastend und effektiv sein kann, sind regionale Kurse und evtl. auch Ferienkurse, gegebenenfalls verbunden mit Kurzpraktikas, ins Programm der AKP aufzunehmen. Dazu sind das Institut zur Mitarbeit und kirchliche und auch gesellschaftlich nahestehende Institutionen bei der Rekrutierung von Interessenten zu begrüssen.

Da Freiburg nicht mehr der selbstverständliche Studienort für katholische Studenten ist, ist die Präsenz an anderen Seminarien zu prüfen und sind möglicherweise für entsprechende Interessenten speziell ausgerichtete Ferienseminarien anzubieten.

Für die Mitarbeiter der Redaktionen sind ebenfalls weitere Verbesserungen mit einfachen Mitteln, teils bilateral, zu prüfen. Für den Erfahrungsaustausch eignen sich gegebenenfalls kurze Reaktionsstages bei befreundeten Zeitungen. Dies würde auch dazu beitragen, dass die Arbeit aller qualitativ besser und einheitlicher würde. Weiter wäre die Berufs- und Ortstreue durch Bildungsurlaube zu honorieren, auch wenn dies aus personellen Gründen ein nicht leichtes Unterfangen zu sein scheint. Die AKP könnte dazu Richtlinien erarbeiten.

zu 2.4.3: Finanzielle Aspekte

Da die mangelnde finanzielle Grundlage aus den früher beschriebenen Gründen zu den Hauptproblemen der Meinungspressen gehört, muss einerseits die Kostenseite bei allen kooperativen Lösungen deutlich unter die Lupe genommen werden und andererseits im Meinungsforschungs- und Marketingbereich sowie bei allen Leistungen, die über den regionalen Rahmen hinausgehen, überlegt werden, wie gemeinsam wirkungsvoller gearbeitet werden könnte, um die Kosten zu senken resp. bei gleichen Kosten das Angebot lezerspezifisch zu erhöhen.

In diesen Bereich gehören unter anderem die zu 2.4.1 erwähnten gemeinsamen Werbeaktionen oder wenigstens die Ausarbeitung ei-

nes Werbekonzeptes, das von gleichen Grundelementen und Zielsetzungen ausgeht. Auf alle Fälle scheint es angezeigt zu sein, mit den spezialisierten Verbänden, wie etwa dem Schweizerischen Katholischen Presseverein (SKPV), zusammen vermehrt Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben, um Leser und Nichtleser auf die einschlägigen Probleme aufmerksam zu machen. Inseratengemeinschaften unter den katholischen Zeitungen in begrenzten Regionen dürften möglicherweise die finanzielle Basis stärken. Damit könnten für die regionale Meinungspresse ungünstige Prinzipien der Werbeagenturen gelindert werden. Dies kann von blosser Inseraten-Kombination bis zur selbständigen und gemeinsamen Aquisation gehen.

Ein für den Einsatz für kirchliche Gelder ausgearbeitetes Finanzierungskonzept sollte die Prioritäten etwas ausleuchten. Dabei müsste unter anderem klar werden, dass die Förderung gemeinsamer, übergeordneter Aufgaben wie Nachwuchsförderung über das Institut in Freiburg und Gewährleistung des - möglicherweise etwas modifizierten - Angebotes der spezialisierten Agentur KIPA mindestens mittelfristig sichergestellt ist, damit eine einigermassen sinnvolle Planung möglich ist.

Im weiteren ist zu untersuchen, ob die spezifische, redaktionelle Leistung für die Kirche, beispielsweise mit der Finanzierung eines gemeinsamen Angebotes wie etwa die jetzige Beilage "Christ und Kultur", abgegolten werden kann. Zudem sind allgemeine Regeln für die Kantonalkirchen wünschenswert, die für bestimmte Leistungen Direktzahlungen entrichten. - Ähnlich könnte es sich im politischen Bereich vonseiten der Parteien verhalten. Auch diese Bestrebungen müssen deutlich das Ziel verfolgen, die immer bescheiden bleibenden Hilfen Dritter so wirkungsvoll und so umfassend wie möglich einzusetzen und Doppelspurigkeiten zu vermeiden. Dabei ist darauf zu achten, dass Bestehendes möglichst optimal ausgenutzt wird, um nicht über das Ziel hinauszuschiessen, wie es beispielsweise der da und dort gefallene Vorschlag für ein gemeinsames Dienstleistungszentrum sein würde. Dort würden nämlich sicher wieder personelle und materielle Mittel abgezweigt werden, die an der Front wirkungsvoller eingesetzt würden. Die Grundidee und die positiven Ansätze dieses Modells müssten zuerst mit den betroffenen Redaktionen besprochen und eine Studie zur Abklärung der wirklichen Bedürfnisse gemacht werden, bevor Beschlüsse gefasst werden.

zu 2.4.4: Formen der Zusammenarbeit

Der überregionale, nationale und weltweite Bereich wird im Sektor Information immer mehr von den schnellen elektronischen Medien beherrscht. In den Druckmedien sind somit Kommentierung der Ereignisse, Hintergrund und Zusammenhänge der immer komplexer werdenden Welt gefragt.

Redaktionelle Zusammenarbeit ist, wie die Erfahrung zeigt, nur denkbar, wenn sie institutionalisiert ist. Für die nahe Zukunft wären deshalb für die christlich ausgerichteten Zeitungen folgende Zusammenarbeitsformen möglichst bald zu verwirklichen:

- Ein gemeinsamer medienkritischer Artikeldienst, der in den katholischen Zeitungen praktisch fehlt, drängt sich auf. Ein Mitarbeiter oder ein Redaktionsmitglied wäre - vermutlich in Teilzeit - zu beauftragen, einen Artikeldienst anzubieten. Dafür wären möglichst viele Abnehmer zu gewinnen, die die Kosten zu tragen hätten. Die Zusammenarbeit mit der Arbeitsstelle für Radio und Fernsehen (ARF) in Zürich ist auf alle Fälle mit einzubeziehen.
- Mit vermehrt gemeinsamen Korrespondenten im In- und Ausland sind einerseits die Kosten zu senken und andererseits das Angebot im Sinne vermehrter Kommentierung und Hintergrundberichterstattung auszuweiten. In der Arbeitsteilung könnte damit unter anderem auch eine systematische Beobachtung bestimmter Bereiche (z.B. C-Parteien im Ausland) resp. Regionen und Länder erreicht werden.

- Die redaktionelle Potenz aller ist besser für das gemeinsame Ziel einzusetzen. Der Austausch und die gegenseitige Vermittlung von Redaktoren ist zu pflegen, sei es nur, um einmal fremde Luft zu schnuppern oder den Horizont zu erweitern, oder aber, damit jeder besser in seinem Gebiet eingesetzt werden kann.

Die Spezialisten in den Redaktionen sind - da die Zeitungen ja nicht im gegenseitigen Konkurrenzverhältnis stehen - besser für die Gesamtheit der unseren Verbänden angeschlossenen Organe einzusetzen. Dabei ist besonders an die breitere Behandlung eines Themas zu denken, was die Arbeit des einzelnen Redaktors auch attraktiver machen könnte.

Zu diesem Zweck müssen sich die Chefredaktoren und ihre engsten Mitarbeiter mindestens einmal im Jahr zum Erfahrungsaustausch treffen und Realisierungen abmachen.

- Weiter soll sichergestellt werden, dass aus der eigenen Region für die Partnerzeitung mehr und regelmässiger gearbeitet wird. Mit dieser gegenseitigen Hilfestellung dürften in sich verwandte Regionen auch mehr von einander erfahren, was sonst lediglich Agenturberichten überlassen wird, wenn überhaupt etwas kommt.
- Der für die Chefredaktoren vorgeschlagene, institutionalisierte Kontakt sollte auch für die Betriebsleiter (Geschäftsführer) eingeführt werden. Bei Änderungen im administrativen Bereich wie Adressenverwaltung, Fakturierung, Speditionspapiere bieten sich bei gegenseitigen Kontaktnahmen erfolg- und gewinnreiche Lösungsmöglichkeiten an. Gegenseitige Kontaktnahme kann auch bei Problemen mit der PTT nützlich sein. Diese Gespräche sind insbesondere auch für den Einsatz der

neuesten technischen Errungenschaften wie etwa den Einsatz von Telekopierern, Textspeicherung u.a.m. notwendig, um auch die von den Redaktionen ins Auge gefassten Kooperationen zu optimieren resp. überhaupt sinnvoll zu ermöglichen.

zu 2.4.5 Herausforderung durch elektronische Medien

Jünste Entscheide im Pressebereich haben gezeigt, dass schon jetzt im Bereich von Lokalprogrammen der elektronischen Medien ein neues Geschäft gewittert wird. Die vielen eingereichten Konzessionsgesuche und Versuche bei neuen Medien zeigen, dass man in die Startlöcher geht.

Die katholischen Verlage tun gut daran, wenn sie in irgend einer Form die Mitarbeit und -entscheidungsmöglichkeit bei solchen Projekten suchen. Es wäre falsch, sich von vornherein den Weg zu verbauen.

Allgemein hat man sich noch zu wenig Rechenschaft gegeben, welche Konsequenzen menschlicher und gesellschaftlicher Natur daraus entstehen können. Zusammen mit kirchlichen und politischen Kreisen sollten sich die katholischen Verlage und Redaktionen auf gemeinsame Grundlagen, auf ein gemeinsames Konzept einigen. Entsprechende Vorarbeiten sind schon gemacht.

4. AUSBLICK

In vielen Bereichen, gerade des Medienwesens, stellt man heute ein Zusammenrücken jener fest, die im weiteren oder engeren Bereich auf der gleichen Grundlage arbeiten. Es gibt keinen Grund dafür, dass dies nicht auch im christlich ausgerichteten Pressewesen möglich oder wünschbar sein sollte.

Die vorliegende Schrift, die sich vorgenommen hat, eine echte Orientierungshilfe zu sein, hat lange nicht alle Fragen beleuchtet und schon gar nicht durchleuchten können, um als fertige Entscheidungsgrundlage auf breiter Basis dienen zu können. Wir sind uns dieser Begrenztheit voll bewusst. Zudem haben uns einige Entscheide redaktioneller und technischer Art nahestehender Zeitungen im Laufe der Arbeiten überholt, so dass die in der "Analyse" beschriebenen Gegebenheiten nicht mehr ganz in allen Punkten stimmen. Wir haben es aber willentlich vorgezogen, einige Brennpunkte herauszunehmen, die auf der Hand liegen, ohne dass man sie noch weiter untersucht. Viele harren einer dringenden Lösung, wenn es uns in einigen Bereichen überhaupt noch möglich sein soll, auf den abfahrenden Zug aufzuspringen.

Es bleibt somit zu hoffen, dass es allen im katholischen Pressebereich Tätigen vornehmlich über die einschlägigen Verbände gelingen wird, eine sachliche Diskussion über diese ernststen Probleme zu führen. Es genügt nicht, die Lücken und die unbefriedigende Situation lediglich festzuhalten. Unter Abstreifen von Prestigedenken und falscher Bescheidenheit sollte es möglich sein, einzelne Punkte gemeinsam zu lösen, da es sich keiner - weder der Grosse noch der Kleine - mehr leisten kann, die Kräfte aufzusplittern. Er würde von anderen Mächtigen nicht nur überrollt, sondern erdrückt. Die weltanschaulich engagierte Presse kann heute zweifellos von einer neuen "ethischen Welle" profitieren. Dabei gilt es, leserspezifische Rücksichten zu nehmen und auf keinen Fall die Akzentsetzung auf reine Verteidigung zu legen, wie es bei der Gründerzeit der meisten unserer Zeitungen der Fall war. Sachlichkeit steht im Vordergrund. Deshalb ist ein neues Grundsatz- und Entscheidungsprogramm für die christlich ausgerichtete Lokal- und Regionalzeitung notwendig. Aus diesem Grunde ist die Vorbereitung und Durchführung einer Arbeitstagung, die sich ausschliesslich mit Fragen der Grundhaltung und Ausrichtung der katholischen Presse zu befassen hat, an die Hand zu nehmen.

Der bestehende Aufbau unseres Pressewesens, der nicht unbedingt mit allen Mitteln überall in dieser Dichte erhalten werden muss, bietet weitgehend Gewähr dafür, dass der Leser auch weiterhin von den übermächtigen Meinungstrusts verschont bleibt. Aber auch jene Presse hat den Ereignissen immer eine Nasenlänge voraus zu sein. Diese Haltung können manche Leser bei der säkula-

ren Presse oft nicht genug rühmen. Wenn aber die christlich engagierte Presse unter Wahrung der Proportionen und des Wahrheitsgehalts das Gleiche tut, so wird ihr gleich die Unterstützung versagt. Hier ist auch von Seiten vieler geschätzter und treuer Leser und im kirchlichen Dienst Stehender wenn nicht ein Umdenken, so doch mehr Verständnis gefragt. Die Zeitung, die vor einer genügenden Zahl von Lesern überleben will, braucht nämlich etwas mehr Pfiff und Gefühl für "freie Luft". Dass dies vom Journalisten viel ethisches Fingerspitzengefühl erfordert, sei der Vollständigkeit halber auch noch erwähnt.

Das in dieser Schrift aufgeworfene Massnahmenpaket ist enorm gross. Zudem sind auch zahlreiche Organisationen und Gremien direkt angesprochen. Die Autoren dieser Schrift mit der gesamten AKP sind bereit, auf Einzelfragen in direktem Kontakt näher einzugehen. Diese Dienstleistung weiten wir nach Möglichkeit gerne noch auf Dienstleistungen im Bereich der mediengesellschaftlichen Fragen und Probleme aus. Es scheint uns wünschenswert zu sein, dass entsprechende Anliegen mehr über die AKP laufen könnten. Die weltanschaulich auf christlicher Grundlage aufbauende Presse wird nämlich nur dann eine Wirkung und damit einen Sinn haben, wenn sie die von der Leserschaft erwartete Orientierungshilfe bietet. Die von uns vorgeschlagene verstärkte Zusammenarbeit, um die vielfältige Herausforderung im Medienbereich wahrzunehmen, soll vordringlich diesem Ziele förderlich sein.

ANHANG 1

Auf den nachfolgenden Seiten des Anhangs sind zuerst die Tages- und Lokalzeitungen in alphabetischer Reihenfolge aufgelistet. Aufgenommen wurden jene Titel, die sich nach dem "Impressum 81" als "katholisch, konservativ, cvp oder christlich-sozial" bezeichnen oder allgemein als solche angesehen werden, z.B. Bündner Tagblatt. Die weiteren Angaben sind ebenfalls dieser Quelle entnommen, einzig in der letzten Kolonne ist der eine oder andere Hinweis angefügt, der im Rahmen dieser Arbeit als wichtig angesehen wurde, wobei man sich auf sehr wenig beschränken musste.

Die Aufstellung der Pfarrblätter wurde anhand der Angaben der Verantwortlichen der "Arbeitsgemeinschaft der Pfarrblattredaktoren" gemacht. In erster Linie sind dabei die überregionalen Pfarrblätter aufgeführt und jene, die zwar als Einzelpfarrblatt für eine Pfarrei herauskommen, aber deren allgemeiner Teil von einer Gesamtedaktion gemacht wird. Zahlreiche Pfarrblätter einzelner Pfarreien fehlen somit.

Noch schwieriger war die Auswahl bei den Zeitschriften. Hier wurden in erster Linie jene aufgenommen, die - auf das anvisierte Publikum bezogen - einen allgemeinen Informationsteil haben. Es war hier äusserst schwierig, eine objektive Linie zu ziehen; diese Aufstellung hat deshalb nicht abschliessenden Charakter. Reine Verbandsblätter und Schriften einzelner Ordensgemeinschaften sowie Fachzeitschriften wurden in der Regel nicht aufgenommen.

KATHOLISCHE UND / ODER CVP - ZEITUNGEN

Kanton	Zeitungstitel	Auflage	Erscheint	Erscheinungs- ort	Druck- verfahren	Bemerkungen
AG	Aargauer Volksblatt	12'016	täglich	Baden	O	- Bezieht Seiten vom "Vaterland" - Inseratengemeinschaft mit Badener Tagblatt + Bezug Sportteil ab Mitte 1982 - Mit "Aargauer Anzeiger"
	Brengarter Bezirks- anzeiger	4'735	Di Do Fr	Brengarten	O	- Mit "Aargauer Anzeiger"
	Die Botschaft	7'629	Mo Mi Sa	Klingnau	K	
	Der Freischütz	3'115	Di Fr	Muri	B	
	Wohler Anzeiger	9'012	Di Fr	Wohlen	O	
AI	Appenzeller Volks- freund	5'097	Di Mi Do Sa	Appenzell	O	- Monopolstellung in AI
BS	Basler Volksblatt	9'554	täglich	Basel	Ph	- Bezieht Seiten vom "Vaterland" - Erhält Unterstützung von der Kath. Kirche und der Wirtschaft - ab Mitte 1982 bei Vaterland gedruckt
BE	Nordschweiz	4'635	täglich	Laufen	Ph	- Bezieht Seiten vom "Basler Volks- blatt" und damit auch vom "Vaterland" - Wird zusammen mit BV gedruckt
						- Wird von einem eigenen Presseverein getragen
FR	Freiburger Nachrichten	12'388 22'811	täglich Do	Freiburg	O	- Bundesstadred. mit "Vaterland" - Einzige deutschsprachige Tages- zeitung im Kanton Freiburg - Eigene AG

Kan- ton	Zeitungstitel	Auflage	Erscheint	Erscheinungs- ort	Druck- verfahren	Bemerkungen
FR	La Liberté	32'109	täglich	Freiburg	O	- Parteiungebunden
GE	Le Courrier	8'559	täglich	Genf	O	- Erscheint als Kopfbblatt der "Liberté"
GL	Vaterland Ausgabe Glarus	2'047	täglich	Näfels	O	- Kopfbblatt des "Vaterland"
GR	Bündner Tagblatt	11'565	täglich	Chur	O	- Konfessionell und parteipolitisch neutral
	Gasetta Romontscha	5'389	Di Fr	Disentis	O	- Grösste rätoromanische Zeitung
JU	Le Pays	11'089	täglich	Porrentruy	O	- Grösste Zeitung des Juras
LU	Vaterland	58'365	täglich	Luzern	O	- Grösste kath. Zeitung - Offizielles Organ der CVP Schweiz
	Anzeiger vom Rottal	3'200	Fr	Ruswil	O	
	Entlebucher An- zeiger	6'570	Mo Mi Fr	Schüpfheim	K	
	Luzerner Landbote	6'500	Di Fr	Sursee	O	- Neue Druckerei (Küng)
	Willisauer Bote	8'232	Do Sa	Willisau	O	
	Seetaler Bote	4'786	Fr	Hochdorf	O	
	Rheintalische Volkszeitung	5'405	täglich	Altstätten	O	
SG	Altgotgenburger	4'731	Mo Mi Fr	Bazenheid	O	- Mit Kopfbblatt "Toggenburger Volksblatt"

Kanton	Zeitungstitel	Auflage	Erscheint	Erscheinungs-ort	Druckverfahren	Bemerkungen
SG	Neue Toggenburger Zeitung	1'045	Di Fr	Bütschwil	B	- Mit "Ostschweizer Ring"
	Sarganserländer Rorschacher Zeitung	8'762 4'271*	Mo - Fr täglich	Mels Rorschach	Ph O	- Kopfblatt der "Ostschweiz" *) In "Ostschweiz"-Gesamtauflage inbegriffen
	Die Ostschweiz	30'068	täglich	St. Gallen	O	- Mit verschiedenen Kopfblätter - Liefert auch Seiten an "Bündner Tagblatt", "Thurgauer Volkszeitung", "Neue Zürcher Nachrichten" - Druck "Neue Zürcher Nachrichten" - Zusammenarbeit mit "Vaterland": Bundeshaus, Wirtschaft
SZ	St. Galler Volksblatt	6'257	Mo Mi Fr	Uznach	O	- Als Kopfblatt der "Thurgauer Volkszeitung"
	Neues Wilser Tagblatt	4'340	täglich	Wil	Ph	- Mit "Ostschweizer Ring"
	Einsiedler Anzeiger	4'509	Di Fr	Einsiedeln	K	- Mit "Urschwyzzer Trio"
	Freier Schweizer	3'582	Di Fr	Küssnacht	F	- Mit "Urschwyzzer Ring"
March Anzeiger	6'474	Di Fr	Lachen	O		
	Schwyzzer Zeitung	6'031	Di Fr	Schwyz	O	- Grösste CVP-Zeitung im Kanton - Mit "Urschwyzzer Ring"
SO	Solothurner Nachrichten	8'096	täglich	Solothurn	O	- Kopfblatt des "Vaterland" - Redaktionen in Solothurn und Olten - Zurzeit wird eine neue Trägerschaft studiert

Kanton	Zeitungstitel	Auflage	Erscheint	Erscheinungs-ort	Druckverfahren	Bemerkungen
TI	Popolo de Libertà	7'143	täglich	Bellinzona	K	- CVP-Organ
	Giornale del Popolo	22'500	täglich	Lugano	K	- Gehört grösstenteils dem Bistum
TG	Bischofszeller Nachrichten	1'050	täglich	Bischofszell	K	- Kopfblatt der "Thurgauer Volkszeitung" - Mit "Ostschweizer Ring"
	Thurgauer Volkszeitung	4'068	täglich	Frauenfeld	K	- Mit den Kopfblättern "Wiler Tagblatt" und "Bischofszeller Nachrichten"
NW	Nidwaldner Volksblatt	3'304	Di Fr	Stans	B	- Mit "Ostschweizer Ring"
OW	Der Obwaldner	4'097	Di Fr	Sarnen	K	- Titel gehört "Zur Hälfte" einem Presseverein (Untertitel: "Obwaldner Volksfreund") - Besitzerwechsel möglich
	Obwaldner Wochenblatt/D'r Lurgerer	2'300	Fr	Lungern	O	- Parteipolitisch eher unabhängig
UR	Urner Wochenblatt	8'066	Di Fr	Aldorf	O	- Mit "Urschwyzzer Ring" - Wurde vor zwei Jahren auf eine Zweimann-Redaktion ausgebaut
VS	Walliser Bote	17'508	täglich	Brig	O	- Neues Statut, das sich Unabhängigkeit von der Partei ermöglicht
	Walliser Volksfreund	9'300	täglich	Brig	O	- Wird vom "Nouveliste" in Sitten gedruckt - CSP nahestehend

Kanton	Zeitungstitel	Auflage	Erscheint	Erscheinungs-ort	Druck-verfahren	Bemerkungen
VS	Nouvelliste et Feuille d'avis du Valais	38'122	täglich	Sitten	0	- Parteipolitisch unabhängig - Wird in weiten Kreisen nicht als katholische Zeitung betrachtet
ZH	Neue Zürcher Nachrichten	8'000	täglich	Zürich	0	- Mantel, Technik und Administration durch "Ostschweiz". - 1981 grossangelegte Stützaktion zur Sicherung der Herausgabe - Stärkung des Lokalteils.

O = Offset / B = Buchdruck / F = Flachdruck / Ph = Photopolymer / K = Konventionell

ÜBERSICHT ÜBER DIE REGIONALISIERTEN PFARRBLÄTTER DER DEUTSCHSPRACHIGEN SCHWEIZ
(Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft der Pfarrblattredaktoren)

Kanton	Titel-bezeichnung	Auflage	Erscheinungsweise	Erscheinungs-ort	Redaktion	Herausgeber/Träger
ZH	Pfarrblatt	85'000	wöchentlich Sommer:14-täglich	Zürich	1 hpt.-amtl. Red.	Verein Kath. Pfarrblatt für den Kt. Zürich
BS/BL	Pfarrblatt	48'000	wöchentlich Sommer:14-täglich	Basel	1 hpt.-amtl. Red.	Pfarrblattgemeinschaft Region Basel Kaiseraugst Rheinfelden AG Möhlin
BE alter Kt.teil	Pfarrblatt	33'000	wöchentlich Sommer:14-täglich	Bern	1 hpt.-amtl. Red.	Pfarrblattgemeinschaft Bern
BE Biel	Angelus	12'000	wöchentlich	Biel	1 nebenamtl. Red.	Röm.-kath. Gesamtkirch-gemeinde Biel
SH	Forum	9'000	wöchentlich	Schaffhausen	2 nebenamtl. Red.	Röm.-kath. Kirchgem. Kt.Schaffhausen
SO oberer Kt.teil	Kirchenblatt für die röm.-kath. Pfarr-eien im Kt. Solothurn	25'000	14-täglich	Solothurn	5 nebenamtl. Red.	Zweckverband röm.-kath. Kirchengemeine im Kt. Solothurn
SO unt. Kt.teil	Pfarrblatt für Katho-likern der Reg. Olten	11'000	wöchentlich	Olten	1 hpt.-amtl. Red. mit Basler Pfarrblatt	Röm.-kath. Kirchgem.

Kanton	Titelbezeichnung	Auflage	Erscheinungsweise	Erscheinungs-ort	Redaktion	Herausgeber/Träger
TG	Kirche und Pfarrei	18'000	14-täglich	Frauenfeld	nebenamtl. Red.-team	Landeskirche Abnehmer: Kirchgem. des Kt. u. d. Reg. Thurgau
AG	Pfarrblatt	12'000	wöchentlich	Aarau (für Aarau und Region mit Lenzburg)	nebenamtl. Red.- team	Kreiskirchgem. Aarau (Pfarrblattverein)
IJ	Pfarrblatt (+Orts- od. Pfarreiname)	79'000	14-täglich	Luzern Abdeckung üb. Kt. Luzern hinaus	1 nebenamtl. Red. (ca. 1/12 Arb.-posten)	Verein Pfarrblattgem. Luzern
SG	Pfarrblatt St. Gallen und Gossau	17'500	monatlich	Stadt St. Gallen	1 nebenamtl. Red.	Kath. Kirchengemeinde St. Gallen

Nicht-regionalisierte Pfarrblätter

Herausgeber	Auflage	Erscheinungsweise	Druckort	Redaktion	Bemerkungen
Christophorus- Verlag Arlesheim	60'000	wöchentlich	Arlesheim	Redaktionsteam	Produziert für verschiedene Kirchengemeinden
Augustinus- Werk St. Maurice	135'000 franz. 60'000 deutsch	monatlich monatlich	St. Maurice	Redaktionsteam	296 Pfarreien frz. 140 Pfarreien dt. (total Herstellung von 235 Pfarrblättern)

D E U T S C H S P R A C H I G E Z E I T S C H R I F T E N

Titel	Auflage	Erscheint	Erscheinungsort	Bemerkungen
1. Auftrag	60'000	6xjährlich	Basel	Zeitschrift für praktische Pfarreiarbeit Gemeinsame Gewerkschaftszeitung von CNG- verbänden Monatsschrift für Politik und Kultur Christliche Jugendzeitschrift Fachschrift für Eltern und Erzieher Organ der christlich-sozialen Bewegung Missionszeitschrift Jugendmissionszeitschrift/ev. nächstens 8 od. 9 Nummern, eine weitere wünschbare 9. Nummer ist nur realisierbar, wenn die dazu nötigen finanziellen Mittel von aussen beschafft werden können Standesblatt für katholische Bauern Blatt der Gesellenvereine Ignatianischer Männerbund Schweiz. Kirchl. Jugendbewegung Frauen- und Modezeitschrift Zeitschrift für Christen in der Welt Kath. Blätter für weltanschauliche Informa- tionen
2. Aktiv	44'726	14-täglich	Bern	
3. Civitas	9'514	monatlich	Freiburg	
4. Club-m	5'000	monatlich	Einsiedeln	
5. Ehe-Familie	35'033	11xjährlich	Rothenburg	
6. Ferment	45'000	monatlich	Gossau	
7. Funke	4'000	6xjährlich	Baden	
8. Herz im Angriff	57'000	6xjährlich	Freiburg	
9. Juni	100'000	7xjährlich	Immensee	
10. Der katholische Schweizer Bauer	20'757	14xjährlich	St. Gallen	
11. Kolping	11'227	monatlich	Solothurn	
12. Mann + Christ	13'000	12xjährlich	Uznach	
13. Medium	3'000	8xjährlich	Luzern	
14. Mirjam	10'000	monatlich	Zürich	
15. Offen	8'000	monatlich	Zürich	
16. Orientierung	14'500	2xmonatlich	Zürich	

Titel	Auflage	Erscheint	Erscheinungsort	Bemerkungen
17. Paulus-Ruf	9'000	4xjährlich	Freiburg	Zeitschrift der Schwestern des Pauluswerkes
18. Schweizer Jugend	67'400	wöchentlich	Solothurn	
19. Schweizerische Kirchenzeitung	3'000	wöchentlich	Luzern	Kirchenzeitung der deutschsprachigen Schweiz
20. Schweiz. Kath. Sonntagsblatt	6'000	wöchentlich	Goldach	
21. Stadt Gottes	80'000	12xjährlich	Steinhausen	Zeitschrift der Steyler Missionare Familienzeitschrift
22. Sonntag	75'486	wöchentlich	Oltten	
23. Treffpunkt	18'000	14-täglich	Zürich	Organ der christlichen Gewerkschaften Kinderzeitschrift
24. tut-weite-Welt	20'000	2xmonatlich	Zürich	
25. Wendekreis	62'000	11xjährlich	Immensee	Missionszeitschrift
26. Zeichen der Liebe	7'000	monatlich/ 10xjährlich	Allschwil	
27. ZOOM- Filmbreiter	5'000	halbmonat- lich	Bern/Zürich	Illustrierte Zeitschrift für Film, Radio, Fernsehen

FRANZOESISCHSPRACHIGE ZEITSCHRIFTEN

Titel	Auflage	Erscheint	Erscheinungsort	Bemerkungen
1. Choisir	4'000	monatlich	Genève/Carouge	Aktuelle Blätter für weltanschauliche Informationen
2. Coeur en alerte	13'000	6xjährlich	Freiburg	Missionszeitschrift
3. Communauté	12'000	wöchentlich	Genève	Parteiorgan
4. L'Echo Illustré	29'043	wöchentlich	Genève	Familienzeitschrift
5. Evangile et Mission	1'400	wöchentlich	Villars/s Glâne	Kirchenzeitung der französischsprachigen Schweiz
7. Valais demain	3'380	wöchentlich	Sion	Parteiorgan
8. Voix de Saint-Paul	11'000	4xjährlich	Freiburg	Zeitschrift der Schwestern des Pauluswerkes

ANHANG 2

Die nachstehenden Seiten geben einmal die Namen der katholischen Presseorganisationen wieder. Ihr Tätigkeitsfeld ist dabei kurz umschrieben.

Weiter folgt eine Zusammenstellung aller Institutionen und Organisationen, die in der katholischen Medienarbeit im engeren und weiteren Sinne tätig sind. Aenderungen vorbehalten.

Schliesslich findet sich ein Verzeichnis jener, die im kirchlichen Bereich direkt für Information zuständig und beauftragt sind.

AUSZUG AUS "TABELLE DER INSTITUTIONEN UND ORGANISATIONEN": Stichwortartiger Zweckbeschrieb der Vereinigungen und Arbeitsstellen mit Schwerpunkt im Pressebereich

SCHWEIZ. KATH. PRESSEVEREIN

Förderung der Arbeit der Schweizer Katholiken in den Medien Presse, Buch, Radio, Fernsehen, Film und audio-visuelle Mittel.
Unterstützung aller Bestrebungen zur materiellen und geistigen Hilfe in diesem Bereich, Förderung des Medienverständnisses.

Besondere Förderungs- und Unterstützungsobjekte:

- a) KIPA - Kath. Internationale Presseagentur, Freiburg
- b) Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaften der Universität Freiburg (Aus- und Weiterbildung von Journalisten)
- c) Buchberatung und Gründung von Bibliotheken in finanzschwachen Pfarreien, Gemeinden und Heimen.
- d) Dienststelle der "Fachvereinigung für Presse und Publizistik der Schweizer Katholiken".

VEREINIGUNG DER VERLEGER KATH. ZEITUNGEN

Förderung der schweiz. kath. Presse durch Zusammenarbeit auf ideellen und materiellen Gebieten.

VEREIN SCHWEIZ. KATH. PUBLIZISTEN

Zusammenschluss der für die Bildung der öffentlichen Meinung durch die Massenmedien unmittelbar verantwortlichen Katholiken zur Förderung gemeinsamer Interessen und zur Pflege kollegialer Beziehungen.

ARBEITSGEMEINSCHAFT DER KATH. PRESSE

Zusammenarbeit zwischen der Vereinigung der Verleger kath. Zeitungen und dem Verein schweiz. kath. Publizisten auf Gebieten, welche die Presse betreffen und sowohl die Verleger als auch die Publizisten angehen.

Aufgabe der AKP ist es vor allem:

- eine verständnisvolle und rationelle Zusammenarbeit zwischen den Verlegern und den Redaktoren zu fördern;
- den Nachwuchs, die Aus- und Weiterbildung von Journalisten und Verlegern/Verlagsmitarbeitern zu fördern;
- alle Pressefragen, welche zweckmässig gemeinsam durch Verleger und Journalisten behandelt werden, zu beraten, dazu Stellung zu nehmen und den Partnern der Arbeitsgemeinschaft Antrag zu stellen.

KIPA - KATH. INTERNATIONALE PRESSEAGENTUR, FREIBURG

Sammeln, Bearbeiten und Verbreiten von Informationen, Kommentaren und Publikationen über die röm.-kath. Kirche, die übrigen Kirchen und Religionsgemeinschaften und über alles, was diese betrifft.

INSTITUT FÜR JOURNALISTIK UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT DER UNIVERSITÄT FREIBURG

Ausbildung und Forschung in Theorie und Praxis auf dem Gebiet der Massenkommunikation, namentlich:

- a) Grundausbildung der Studenten
- b) Forschung
- c) praxisnahe Ausbildung und Förderung des journalistischen Nachwuchses
- d) Durchführung von Aus- und Weiterbildungskursen

ARBEITSGEMEINSCHAFT KATH. PFARRBLATTREDAKTOREN

(Regionalisierte Pfarrblätter der deutschsprachigen Schweiz)

- Forum für . Aussprachenmöglichkeiten
- . gegenseitigen Informationsaustausch aus dem Bereich der Kirche
- . Bearbeitung gemeinsamer Projekte

Das SCHWEIZ. KATHOLISCHE PRESSESEKRETARIAT in Freiburg

Als Geschäftsstelle der drei Trägerorganisationen

- . Schweiz. Kath. Presseverein (SKPV)
- . Kath. Internationale Presseagentur (KIPA)
- . Arbeitsgemeinschaft der kath. Presse (AKP) (bestehend aus der Vereinigung der Verleger kath. Zeitungen und dem Verein schweiz. kath. Publizisten)

besorgt es deren Verwaltungs-, Sekretariats- und Koordinationsarbeiten. Im Auftrag des Pressevereins und des Koordinationsausschusses für kath. Medienarbeit nimmt es ferner die Aufgaben im Zusammenhang mit der Vorbereitung und Durchführung des Mediensonntags der Schweizer Katholiken sowie der Verwaltung und Verteilung des Medienopfers wahr.

Anschrift

Schweiz. Kath. Pressesekretariat
Pérolles 40
Postfach 510
1701 FREIBURG

Tel. 037/ 24 48 07

Über diese Anschrift können auch die Adressen der obigen Medien-, bzw. Presseorganisationen bezogen werden.

INSTANZEN DER ALLG. KIRCHLICHEN STRUKTUREN

- Die päpstliche Kommission
- Die Schweizer Bischöfe
- Der Schweiz. Kath. Volksverein
- Fastenopfer (FO) und röm.-kath. Zentralkonferenz (RRZ)

KOORDINATIONS- UND BERATUNGSGREMIIEN

- Konferenz über soz. Kommunikationsmittel (Gr. und kl. Koordinationsausschuss)
- Synode 72
- Seelsorgeräte

UNSELBSTÄNDIGE FACHKOMMISSIONEN

- Schweiz. kath. Filmkommission SKFK
- Kath. Radiopredigerkommission
- Kath. Fernsehkommission
- Deutschschweiz. kath. Radio- und Fernsehkommission
- CCRT (Lausanne)
- CCRT (Lugano)
- Fachgremien für AV-Mittel
- Arbeitsgemeinschaften
- Comm. de travail "Éducation permanente et moyens de communication sociale" de la CRAL

SELBSTÄNDIGE FACHVEREINIGUNGEN

- Schweiz. Kath. Presseverein
- Verein kath. Publizisten
- Vereinigung der Verleger kath. Zeitungen
- Arbeitsgemeinschaft der kath. Presse
- Vereinigung kath. Buchhändler und Verleger der Schweiz
- Gesellschaft christl. Filme
- Filmkreise und Filmclubs
- Trägerorganisationen von Arbeitsstellen
- Kuratorium des Instituts Freiburg
- Genossenschaft KIPA
- Verein CCRT
- Verein CIRIC
- Arbeitsgemeinschaft der kath. Pfarrblattredaktoren

ARBEITSSTELLEN

- Filmbüro SKFK, Zürich
- Arbeitsstelle für Radio und Fernsehen (ARF), Zürich
- Centre Cath. de Radio et Télévision (CCRT), Lausanne
- Bischöfl. Beauftragter des Tessins, Lugano
- Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaften der Universität Freiburg
- Katholische Internationale Presseagentur (KIPA), Freiburg
- Selecta Filmverleih Freiburg
- Centre International de reportages et d'information culturelle CIRIC, Genf

KIRCHLICHE INFORMATIONSBEAUFTRAGTE

Kontakt-Adressen auf gesamtschweizerischer Ebene

- Hans-Peter Röthlin, Informationsstelle der Schweizer Bischofskonferenz,
Av. du Moléson 30, 1700 FREIBURG
- Paul Jeannerat, ARF, Bederstr. 76, 8002 ZUERICH
- P. Bruno Holtz, KIPA, Pérolles 40, Postfach 1054, 1701 FREIBURG
- M. l'abbé André Babel, Directeur CCRT, Case postale 77, 1000 LAUSANNE 22

Adressen der diözesanen Informationsbeauftragten der Schweiz

- Bistum Basel: Dr. Max Hofer, Baselstr. 58, 4500 SOLOTHURN
- Bistum Chur: Dr. Franz Stampfli, Generalvikariat, Postfach 1136
8036 ZUERICH
- Bistum St. Gallen: Arnold B. Stampfli, Klosterhof 6 b, 9000 ST.GALLEN
- Abtei Einsiedeln: P. Othmar Lustenberger OSB, Kloster, 8840 EINSIEDELN
- Bistum Sitten: deutschsprachig:
Dr. Alois Grichting, Neuweg 2, 3902 GLIS
- französischsprachig:
M. Rémy Abbet, av. Maurice Troillet 136, 1950 SION
- Bistum Lausanne, Genf u. Freiburg: Anton Troxler, Bischöflicher Kanzler, Rue de Lausanne 86
Postfach 271, 1701 FREIBURG
- Bistum Lugano: Don Valerio Crivelli, Centro cattolico Radio/TV
Casella postale 26, 6903 LUGANO

QUELLENVERZEICHNIS

Communio et Progressio, Pastoralinstruktion über die Instrumente der sozialen Kommunikation, Paulinus-Verlag, Trier 1971

CVP-Presse Heute und Morgen, internes Arbeitspapier erstellt von der Studiengruppe für Medienpolitik der CVP Schweiz, 1981

Meier, Urs: Thesen der Kirchen zur Entwicklung der Massenmedien (Entwurf), Zürich, 1982

Kaufmann, Willy: Katholische Medienarbeit der Schweiz, Universitätsverlag Freiburg, 1974

Information und Meinungsbildung in Kirche und Öffentlichkeit, Papier der Sachkommission 12 der Synode 72, des Bistums Basel, November 1975

Will, Hans: Die Situation der katholischen Presse, in Orientierung, 31. März und 30. April 1960

Fleck, Florian und Angehrn Otto: Gutachten über Zentralredaktion und technisch-wirtschaftliche Zusammenarbeit katholischer Zeitungen, Basel-Freiburg, 1970

Fleck, Florian: Leitlinien einer Kommunikationspolitik in christlicher Sicht, in "Kommunikation im Wandel der Gesellschaft" (Festschrift für Otto B. Roegele), Düsseldorf 1980

Buchs, Walter: Eine Presse für den Christen, in Sonntag, 18. Mai 1977

STICHWOERTERVERZEICHNIS

	Seite
Amtsträger (Hierarchie, Kirchenleitung)	4,7,8
Anzeigenmarkt (Inserate)	13f, 17f, 21f, 27f, 30
Arbeitsgemeinschaft der Katholischen Presse (AKP)	5,9,19,20,28f, 34, 48
Arbeitsstelle für Radio und Fernsehen (ARF)	31,51
Ausrichtung	15,21,27
Bindungslosigkeit, Leserbindung	5,13f
"Christ und Kultur"	19,21,30
CVP christlich-demokratische Volkspartei	10
Diözese, diözesan	6ff,28
Elektronische Medien	1,4,8,16,19,24ff,30,32
Fastenopfer	19
Finanzielle Situation (Aspekte)	17,18,23,29f
Flankierende Massnahmen	19
Gemeinsames Konzept	26
Grundsatz- und Entscheidungsprogramm	33
Informationsbeauftragter	7,8,28,51
Informationsfluss	8
Institut für Journalistik	16,19,28ff,49
Journalist	1,4,8,15f,17,25
KIPA	7,8,30,48
Kirche, kirchlich	3ff,13ff,24ff,30,32,34
Konflikte/Auseinandersetzungen	4,9
Leser (Abonent)	13,18,23,28,30,33f
Meinungsbildung, -pluralismus	10,11,14
Meinungspresse (Gesinnungspresse)	3,5f,10ff,29f
Nachwuchs, -förderung	16f,28f
Partei	10ff,17f,25f,30
Pfarrblätter	2,7,8,14,41ff
Redaktion	4,8f,15ff,22f,28ff
Redaktor	4,8f,11f,15ff,28,31
Schweiz.Kath. Presseverein (SKPV)	19,30,48
Synode (72)	6
Theologisch-sozialethische Erklärung	24
Verein Schweiz. Kath. Publizisten	20,48
Vereinigung der Verleger katholischer Zeitungen	3,18,20
Verlag	5,15,17ff,25,28,32
Verleger	1,12,13,25,28

Fortsetzung

Seite

Weiterbildung

16f, 28

Werbung - Konzept

13f, 28ff

Zeitschriften

1f, 19, 24, 44ff

Zeitung, Katholische

1, 3ff, 7ff, 13ff, 19f, 28ff

Zusammenarbeit

20ff, 27f, 31, 34

Liste der in der VEREINIGUNG DER VERLEGER KATHOLISCHER ZEITUNGEN vereinigten
Zeitungen und Zeitschriften

Aargauer Volksblatt

Die Botschaft

Fricktaler Bote

Wohler Anzeiger

Appenzeller Volksfreund

Nordschweiz/Basler Volksblatt

Freiburger Nachrichten

La Liberté

Le Courier

Le Pays

Seetaler Bote

Vaterland

Entlebucher Anzeiger

Rheintalische Volkszeitung

Sarganserländer

Die Ostschweiz

St. Galler Volksblatt

Solothurner Nachrichten

Thurgauer Volkszeitung

Bischofszeller Nachricht.

Neues Wiler Tagblatt

Urner Wochenblatt

Neue Zürcher Nachrichten

Liechtensteiner Vaterland

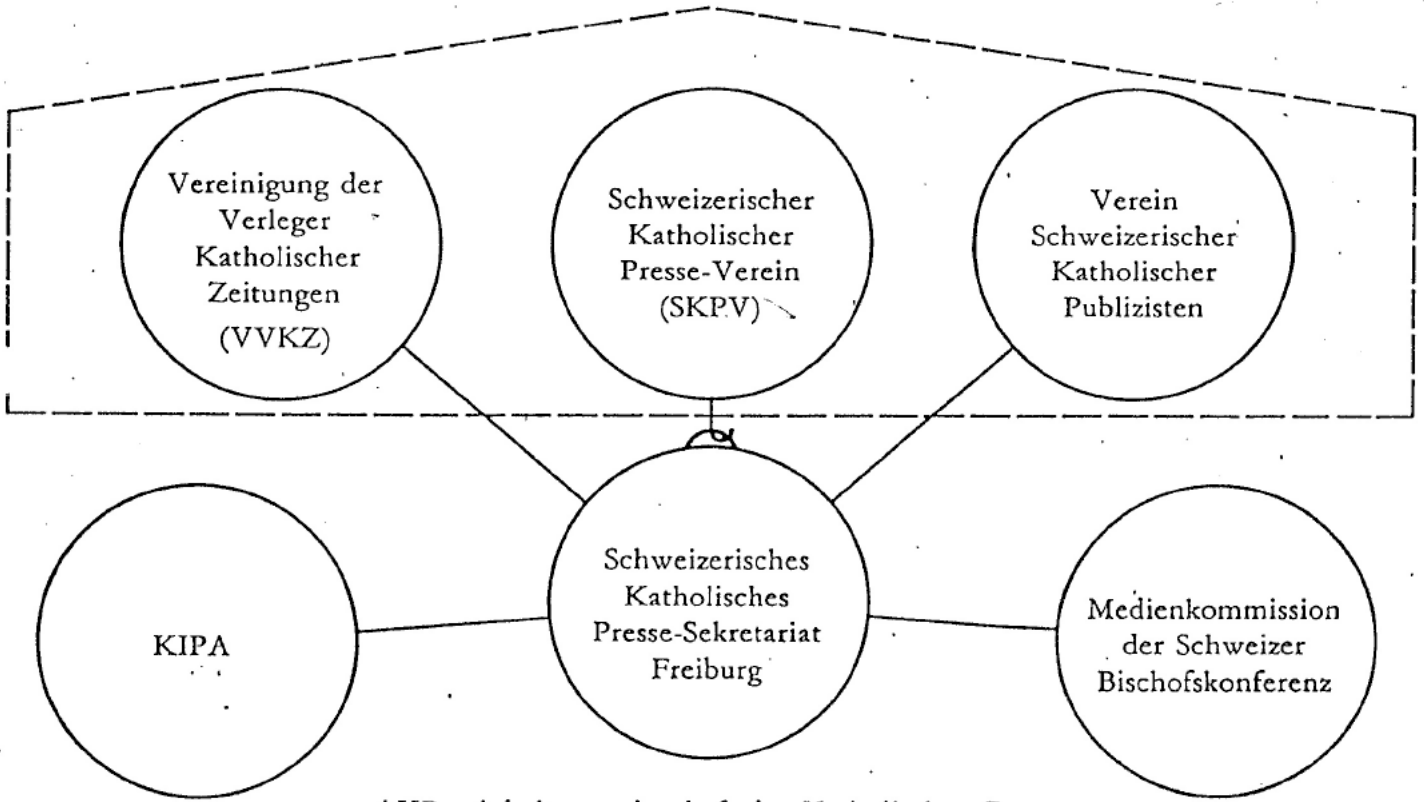
Schwyzer Zeitung

Der Sonntag

Herz im Angriff

Union Druck + Verlag AG

Katholische Presse-Organisationen - und ihre Verbindungen



AKP Arbeitsgemeinschaft der Katholischen Presse