

Christian Klenk

Dr. Christian Klenk, geboren 1977 in Stuttgart, ist Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Studiengang Journalistik der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Nach dem Abitur war er Volontär und Redakteur bei der Cannstatter/Eßlinger Zeitung, ehe er in Eichstätt Journalistik, Politikwissenschaft und Wirtschaftsgeografie studierte und im Fach Kommunikationswissenschaft mit einer Studie zu „Zustand und Zukunft Katholischer Medien“ promovierte.



Christian Klenk

Der Markt der Ordens- und Missionspresse

Ergebnisse einer Vollerhebung in Deutschland

Einführung

Konfessionelle Medien stehen vor gewaltigen Herausforderungen. Sie müssen einerseits auf den Medienwandel reagieren, der insbesondere Printmedien zum Handeln zwingt, weil das Internet das Rezeptionsverhalten zunehmend dominiert. Andererseits sind die konfessionellen Medien von massiven Veränderungen der kirchlichen Mitgliederstruktur, der religiösen Glaubenspraxis und der kirchlichen Bindung betroffen. Vor dem Hintergrund sinkender Auflagen wird in letzter Zeit verstärkt über den Zustand und die Zukunft ka-

tholischer Medien gesprochen. Dabei steht meistens die Bistumspresse im Mittelpunkt, während die Bedeutung der Publikationen von Ordensgemeinschaften unterschätzt oder ihre Existenz gar übersehen wird. Weder in der Wissenschaft noch in der innerkirchlichen Debatte um katholische Medienangebote wird die Mediengattung Ordenspresse angemessen gewürdigt. Theologische Lexika behandeln den Begriff gar nicht oder nur in einem Nebensatz. Eine umfassende, geschweige denn aktuelle Darstellung der Gesamtsituation der Ordenspresse in Deutschland vermisst man.

Diese Wissenslücke schließt eine Umfrage unter den Chefredakteuren und Schriftleitern aller in Deutschland erscheinenden Zeitschriften, die von Ordensgemeinschaften herausgegeben werden. In Kooperation mit der 2008 gegründeten Arbeitsgemeinschaft der verantwortlichen Redakteure der Ordens- und Missionspresse (AGOMP) hat der Verfasser zwischen Juni und August 2012 die Redaktionen von 69 Ordenszeitschriften mittels eines Fragebogens¹ zu Struktur, Verbreitung, Herstellung und Inhalten der Publikationen befragt. Die Erhebung fand im Kontext einer umfassenden Studie zur Situation katholischer Medien in Deutschland statt.² Dort wird auch die Situation der Ordenspresse noch ausführlicher dargestellt, als es an dieser Stelle möglich ist. Die Untersuchung knüpft an eine Arbeit von Johannes Pernsteiner an, der die Ordenspresse in Österreich untersucht hat.³ Pernsteiner identifizierte 113 Ordenszeitschriften (einschließlich Jahreskalender sowie Medien, die ausschließlich der internen Kommunikation dienen), von denen er 74 mittels eines Fragebogens näher untersuchte. Darunter sind ein Dutzend Titel, die in Deutschland erscheinen, aber auch in Österreich verbreitet werden. Dies zeigt, dass es bei den Ordensmedien im deutschsprachigen Raum Überschneidungen gibt, was auch daran liegt, dass einige Provinzen länderübergreifend gegliedert sind.

Rahmenbedingungen

Fast alle Ordensgemeinschaften in Deutschland haben Nachwuchsprobleme, was sich etwa an der Zahl der Ordenspriester zeigt, die zwischen 2003

und 2011 von 3500 auf knapp 3100 sank.⁴ Zwischen 1991 und 2011 schrumpfte die Zahl der Ordensfrauen sogar um mehr als die Hälfte. In manchen Gemeinschaften „sind 85 % der Schwestern bereits im Pensionsalter. Das heißt, dass auf eine Schwester bis 65 Jahre 5,25 Schwestern über 65 Jahre kommen“.⁵ Die Folgen der Erosion sind verbreitet zu beobachten: Ordensniederlassungen und Provinzen fusionieren oder werden ins Ausland verlegt, weil es in den Missionsländern mehr Nachwuchs gibt. Hierzulande werden Standorte geschlossen oder in neuer Form etwa als Hotels oder Bildungshäuser genutzt. Schon vor knapp einem Jahrzehnt lautete eine düstere Prognose: „Da derzeit keine Wende abzusehen ist, wird man sagen müssen, dass ‚die Orden‘ in der bisher gekannten Form in absehbarer Zeit in Mitteleuropa verschwinden werden. Nur kleine, vermutlich in der Öffentlichkeit wenig wahrnehmbare Zellen werden weiter bestehen. Von den großen Klöstern werden schon jetzt einige – und in naher Zukunft sehr viele – geschlossen, was jedes Mal einen schmerzhaften Einschnitt bedeutet“.⁶ Doch auch dort, wo es nicht so weit kommt, haben die strukturellen Veränderungen Auswirkungen auf das Ordensleben und die publizistische Arbeit. Pernsteiner recherchierte für Österreich, dass dort sechs Zeitschriften zwischen 1998 und 2007 eingestellt wurden. „Mehrere weitere Zeitschriften wurden aufgrund der Zusammenlegung von Ordensprovinzen fusioniert oder gingen in ein Nachfolgemedium über, das die Adressdaten der Abonnenten übernahm“.⁷ Die Gründe für das Einstellen einer Publikation seien „Altersschwäche des Schriftleiters, [...] Nichterreichen der

Mindestauflagen für einen bestimmten Versandtarif oder [...] Absinken der Verkaufseingänge unter die Grenzen der Finanzierbarkeit“⁸. Gebe ein Orden seine publizistische Tätigkeit auf, so sei dies auch ein „Schritt gesellschaftlichen Rückzugs“⁹. In Deutschland wurden in den vergangenen Jahren ebenfalls Zeitschriften eingestellt, beispielsweise Ende 2010 der „Sendbote“, eine traditionsreiche Publikation der Missionare von der Heiligen Familie, die 1904 gegründet worden war. Strukturelle Gründe waren ausschlaggebend für das Aus. So schrieb die Münsteraner Bistumszeitung „Kirche und Leben“: „In Deutschland war es in jüngster Zeit schwer geworden zu werben, weil die deutsche Provinz zur Zeit keinen Nachwuchs hat und die Altersstruktur nach oben wächst“¹⁰.

Definition des Begriffs Ordenspresse

Eine Definition für die Ordenspresse hat Pernsteiner im Rahmen seiner Studie entwickelt: „Treten katholische Ordensgemeinschaften als Träger, Herausgeber oder Teilhaber von periodischen Druckmedien auf und vermitteln in diesen Inhalte, die mit ihrer jeweiligen Spiritualität verbunden sind, so werden diese Medien als ‚Ordenszeitschriften‘ bzw. in ihrer Gesamtheit als ‚Ordenspresse‘ bezeichnet“¹¹. Den Orden dienen die Zeitschriften als Instrument der Selbstdarstellung, der Seelsorge und der Unterstützung ihrer jeweiligen Arbeitsschwerpunkte. „Demnach orientieren sich auch die Inhalte am jeweiligen Kommunikationsinteresse“¹². Auf die Inhalte bezieht sich auch eine Beschreibung der Ordensobernkonzferenz, die zugleich eine Strukturierung vornimmt:

„Die Publikationen widmen sich in erster Linie Themen der Theologie, der Spiritualität und der weltweiten Mission. Daneben gibt es verschiedene Ordensmagazine und Zeitschriften für die Freunde der Orden. Sie greifen Themen aus Kirche und Gesellschaft auf und wenden sich an Erwachsene und Jugendliche, an Familien und Kinder“¹³. In frühen zeitungswissenschaftlichen Abhandlungen taucht das Wort Ordenspresse nicht auf, mitunter wird allerdings der Begriff Missionspresse verwendet. Löffler schreibt in seiner „Geschichte der katholischen Presse Deutschlands“, die Missionszeitschriften bildeten „einen nicht unbedeutenden Bruchteil der katholischen Presse“¹⁴. „Ihre Zielsetzung ist in manchem unterschiedlich. Sie sind bald höher, bald weniger hoch eingestellt. Sie wenden sich bald an weitere Kreise, bald an den engeren Freundeskreis der jeweiligen Genossenschaft. Was ihre Gesamtleistung betrifft, wird man sagen müssen, daß sie großen Bevölkerungsmassen eine nicht unansehnliche Auslandsstunde übermitteln“¹⁵.

Autoreninfo

Kontaktdaten zum Autor finden Sie in der Druckausgabe

Die Entstehung der Missionspresse spiegelt den gesellschaftlichen Bedeutungszuwachs missionarischen Handelns wider. Ordensleute betrieben schon früh Entwicklungshilfe. Erste ethnologische Forschungen fußten auf ihren völker-

kundlichen Beobachtungen. Die Ordens-Fachzeitschrift „Anthropos“ zeugt bis heute von dieser Verbindung. Als die Missionspresse aufkam, war die Welt noch nicht globalisiert. Die Zeitschriften waren „ein Renner, revolutionärer als die Erfindung des Satellitenempfangs“¹⁶. Die Missionarsbriefe aus unbekanntem Kulturreich besicherten den Ordenszeitschriften um 1900 Auflagenzahlen, die später nie wieder erreicht wurden. Im Zeitalter der Fernreisen und des Fernsehens hat die Missionspresse in dieser Hinsicht viel von ihrem Alleinstellungsmerkmal eingebüßt – allerdings nur auf den ersten Blick. Denn die Orden sind in Ländern und Regionen der Erde tätig, die nicht zu den klassischen Touristenzielen gehören und von den Massenmedien selten oder nur im Falle von Konflikten thematisiert werden. Die Alltagsprobleme in Entwicklungs- und Schwellenländern besitzen nur dann einen Nachrichtenwert, wenn sie Auswirkungen auf die westliche Welt haben. Gewandelt hat sich die Wahrnehmung der Missionsarbeit der Orden. Entwicklungshelfer, die ohne religiöses Motiv tätig sind, traten hinzu, statt der Kirche nehmen sich Staaten der Entwicklungszusammenarbeit an. Ordensgemeinschaften werden in diesem Kontext immer weniger wahrgenommen – eher denkt man an die großen päpstlichen Missionswerke wie *Adveniat*, *Misereor* und *Renovabis* oder das Hilfswerk der Caritas. Ruft man sich die Definition in Erinnerung, dass Ordenszeitschriften eine oder mehrere Ordensgemeinschaften als Träger, Herausgeber oder Teilhaber haben, so gehören allerdings nur jene Titel der Missionspresse dazu, deren Absender missionarisch tätige Orden sind. In der nachfolgend darge-

stellten Erhebung wurden daher die zahlreichen Publikationen der päpstlichen Missionswerke nicht aufgenommen – auch wenn sie inhaltlich mit der Ordenspresse verwandt sind.

Eine Sonderrolle nimmt das 1966 gegründete Magazin „Kontinente“ ein, das derzeit von 27 Ordensgemeinschaften gemeinsam herausgegeben wird. Inzwischen gehören auch die Missionswerke *Missio Aachen* und *Missio Niederlande* zu der Kooperation. Dennoch wird „Kontinente“ hier als Ordenszeitschrift verstanden. Weitere Spezialfälle sind die Publikationen der Schönstatt-Bewegung, die Vierteljahresschriften „Charismen“ der Fokolarbewegung oder „Mitten in der Welt“ von den Gemeinschaften Charles de Foucauld. Bei den Absendern handelt es sich streng genommen nicht um Orden, sondern um Säkularinstitute beziehungsweise Geistliche Gemeinschaften. Da diese Formen den Orden aber verwandt sind, wurden die betreffenden Publikationen dennoch mitberücksichtigt.

Kategorien der Ordenspresse

Ordenspublikationen lassen sich im Hinblick auf ihre Absender, Adressaten und Inhalte in acht Kategorien unterscheiden¹⁷:

- Zeitschriften zur Verbreitung der Ordensspiritualität: Die Orden kommunizieren Besonderheiten der eigenen Spiritualität und halten den Kontakt zu Menschen, die dem Orden nahe stehen. Sie publizieren Informationen rund um den Orden, vermitteln Glaubensinhalte, liefern Wissenswertes zu Festen des Kirchenjahres und bieten Katechese, Lebenshilfe, Unterhaltung oder Buchvorstellungen. „Die Zeit-

schriften sind ein Spiegel der Ereignisse in den Orden, wobei die rückblickende Dokumentation von Veranstaltungen [...] die aktive Terminankündigung [...] überwiegt“¹⁸.

- Zeitschriften zur Kommunikation des Geschehens regionaler Ordensniederlassungen: Darunter fallen Klosterzeitschriften, die auch Jahresberichte der klostereigenen Schulen oder Wirtschaftsbetriebe beinhalten können, aber auch spirituelle Impulse geben und Katechese leisten. Eine Aufteilung in „regionale“ und „überregionale“ Ordenszeitschriften ist allerdings nicht unproblematisch, da die Übergänge fließend sind. In der vorliegenden Erhebung wurden beide Kategorien zusammengefasst in „Ordensmagazine und -zeitschriften für Freunde des Ordens“.
- Zeitschriften zur Förderung des Missionsgedankens bzw. Missionszeitschriften „widmen sich vorrangig dem Engagement ihres Ordens in der Mission und der Entwicklungshilfe in den Ländern des Südens. Sie beschreiben die Funktionsweise, Problemsituation und Erfolge ihrer Projekte und fordern die Leser zu deren finanzieller Unterstützung auf“¹⁹.
- Zeitschriften zur religiösen Sozialisation von Kindern: Gemeint sind nicht Kinder- und Jugendseiten in Ordenszeitschriften, sondern eigenständige Publikationen, die sich aufgrund ihres Inhalts, ihrer Sprache und Aufmachung dezidiert an Heranwachsende wenden.
- Zeitschriften zur wissenschaftlichen Veröffentlichung: Klöster haben eine lange Wissenschaftstradition, man denke nur an die Bibliotheken, die bei den Benediktinern und Augusti-

nern noch im 17. und 18. Jahrhundert besser ausgestattet waren als die meisten Universitätsbibliotheken. Bis heute geben Orden wissenschaftliche Fachzeitschriften heraus, die meist theologische und/oder philosophische Themen behandeln.

- Zeitschriften zur internen Ordenskommunikation richten sich ausschließlich an Ordensmitglieder, sind also eher vergleichbar mit einer Mitarbeiterzeitung. In der vorliegenden Studie wurden solche Zeitschriften nicht berücksichtigt, es sei denn, die Adressaten waren auch, aber nicht ausschließlich ordensinterne Leser.
- Zeitschriften zur Kontaktpflege mit Teilnehmern und Mitarbeitern spezieller Ordensangebote: Darunter fallen Zeitschriften von Ordenskrankenhäusern oder Bildungshausmedien. Derartige Publikationen wurden in der vorliegenden Erhebung unter Ordensmagazine für Freunde des Ordens einsortiert.
- von Orden herausgegebene Jahreskalender wurden in dieser Studie nicht berücksichtigt.

Ordenszeitschriften in Deutschland 2012

Durch Recherche und die Umfrage konnten 74 in oder für Deutschland erscheinende Ordenszeitschriften identifiziert werden. Von 69 Titeln füllten die Schriftleiter oder Vertreter des Herausgebers den Fragebogen aus. Dies entspricht einer Rücklaufquote von rund 93 Prozent. Bei weiteren acht Zeitschriften, die recherchiert oder von der Ordensobernkonzferenz auf der Internetseite www.orden.de aufgelistet wurden, ergaben die Recherchen, dass die Titel

zum Zeitpunkt der Erhebung nicht mehr erschienen. Als Begründung gaben die Orden insbesondere an, man sei dabei, die Kommunikationsstrategie zu überdenken und neu auszurichten. Die Zeitschrift „Wegbereiter“ der Deutschen Provinz der Salvatorianer wurde Ende 2012 eingestellt – in dieser Studie ist sie noch berücksichtigt.

Erscheinungsrhythmus

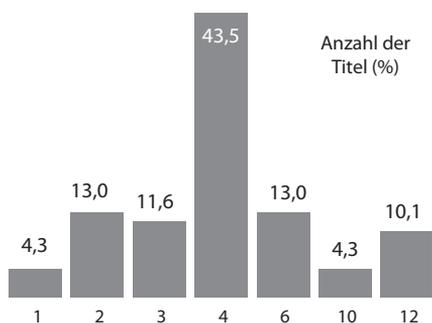


Abb. 1: Ausgaben pro Jahr
– Stand Sommer 2012 (N=69) –

Die Gruppe der „Ordensmagazine und -zeitschriften für Freunde des Ordens“ ist mit 39 Titeln die größte in der vorliegenden Erhebung. Das Spektrum reicht von der selbstgestalteten und -gedruckten Klosterzeitschrift mit einer Auflage von 250 Exemplaren („Liobabote“) bis hin zum professionell produzierten und in einer Auflage von 200.000 Stück verkauften Magazin („Stadt Gottes“). Periodische Publikationen von Orden, die (hauptsächlich) in der Missions- und Entwicklungsarbeit tätig sind, fallen in die Gruppe der Missionszeitschriften. Hier wurden 12 Titel identifiziert. Kinderzeitschriften von Orden gab es zum Zeitpunkt der Erhebung nur zwei. Die übrigen Publikationen fallen in die Ka-

tegorie der Fachzeitschriften. Von 21 identifizierten Titeln lagen hier 16 Rückmeldungen vor.

Heftumfänge

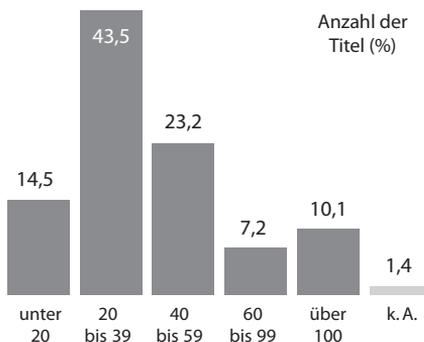


Abb. 2: Durchschnittliche Seitenzahl einer Ausgabe

– Stand Sommer 2012 (N=69) –

Am weitesten verbreitet unter der Ordenspresse sind die Vierteljahresschriften (vgl. Abb. 1). Etwas mehr als ein Viertel der Titel erscheint sechs Mal im Jahr oder noch häufiger. Der Mittelwert für alle untersuchten Titel liegt bei rund 4,8 Ausgaben pro Jahr (in der Studie für Österreich: 3,6 Ausgaben pro Jahr). Der durchschnittliche Seitenumfang variiert stark (vgl. Abb. 2): Eine Publikation ist mit nur vier Seiten mehr ein Faltblatt denn eine Zeitschrift, zwei Fachzeitschriften mit 300 oder mehr Seiten je Ausgabe gleichen einem Buch. Rund die Hälfte der Titel haben einen Umfang im Bereich von 20 bis einschließlich 40 Seiten, zehn Prozent der untersuchten Titel hatten im Schnitt mehr als 100 Seiten je Ausgabe. Der Mittelwert von 48,9 Seiten (österreichische Studie: 36 Seiten) ist allerdings wegen der starken Varianz verzerrt. Ursache dafür ist, dass

die Fachzeitschriften in vielen Parametern von den Ordens- und Missionsmagazinen abweichen (vgl. Tab. 1). Der Heftumfang von Ordens- und Missionszeitschriften ohne die Fachzeitschriften liegt bei rund 33 Seiten je Ausgabe.

Auflagengrößen

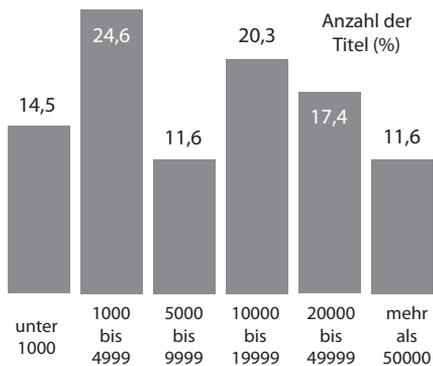


Abb. 3: Verbreitete Stückzahl je Ausgabe
– Stand Sommer 2012 (N=69) –

Die Auflage der Ordenszeitschriften liegt im Schnitt bei rund 22600 Exemplaren. Allerdings ist auch hier die Streuung enorm. Die meisten Klosterpublika-

tionen und Fachzeitschriften werden in drei- oder niedriger vierstelliger Zahl gedruckt (vgl. Abb. 3). Acht Ordenszeitschriften kommen auf 50.000 Exemplare oder mehr. Insgesamt haben alle 69 erhobenen Titel eine Auflage von 1,56 Millionen Exemplaren. Ende der 1960er Jahre kamen rund 70 Ordens- und Missionszeitschriften noch auf eine doppelt so hohe Auflage.²⁰ Diese Angabe stimmt auch mit einer Statistik überein, die bei Mees und Oertel²¹ für den Zeitraum zwischen 1970 und 1995 abgedruckt ist. Demnach rutschte die Ordens- und Missionspresse 1992 erstmals unter die Grenze von zwei Millionen Exemplaren. Nicht erhoben wurde, wie sich die Reichweite in den vergangenen Jahren entwickelt hat. Allerdings liegen dem Verfasser Auflagenzahlen für einzelne Titel aus dem Jahr 1992 vor, sodass exemplarisch der Rückgang innerhalb von zwanzig Jahren aufgezeigt werden kann (vgl. Tab. 2). Die Daten zeigen, dass die Titel zwischen einem Drittel und 80 Prozent ihrer Auflage verloren haben. Ausbauen konnten die Publikationen ihre Verbreitung allenfalls durch verschiedene Formen der Zusammenar-

	N	verbreitete Auflage		Heftumfang (Mittelwert)	Ausgaben/Jahr (Mittelwert)
		Mittelwert je Titel	Summe aller Titel		
Ordenszeitschriften	39	22 199	865 750	32,0 Seiten	5,2
Missionszeitschriften	12	48 322	579 850	36,0 Seiten	4,2
Fachzeitschriften	16	2809	44 950	99,7 Seiten	3,5
Kinderzeitschriften	2	35 000	70 000	40,0 Seiten	12,0
alle Titel	69	22 617	1 560 550	48,9 Seiten	4,8

Tab. 1

Titel der Zeitschrift	1992 ¹	2012 ²	Veränderung
Basis	11 000	2200	- 80,0 %
Der Weinberg	65 000	22 000	- 66,2 %
Don Bosco Magazin (D)	56 000	79 000 ³	(+ 41,1 %)
Don Bosco Heute (A)	k. A.		
Geist und Leben	3000	1800	- 40,0 %
Gottes Wort im Kirchenjahr	10 000	7000	- 30,0 %
Hiltruper Monatshefte	9000	3500	- 61,1 %
KA – Katholisches Apostolat	49 000	44 000 (KA+das zeichen)	- 63,0 %
Das Zeichen	70 000		
Kontinente	108 000	260 000	- 62,5 % ⁴
Missio aktuell (Aachen)	585 000		
Licht	13 000	4500	- 65,4 %
Mariannahill	40 000	26 500	- 33,8 %
Pico	55 000	25 000	- 54,5 %
Stadt Gottes	401 000	200 000	- 50,1 %
Weite Welt	95 000	45 000	-52,6 %

Tab. 2

1 Quelle: Auflistung der Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse (AKP)

2 Quelle: Erhebung von Christian Klenk/AGOMP

3 darunter 30 000 Exemplare für Österreich

4 Der Verlust ist tatsächlich noch höher, da im Zeitraum zwischen 1992 und 2012 neben Missio Aachen weitere Herausgeber zu „Kontinente“ hinzukamen.

beit. So hat das „Don Bosco Magazin“ in einer Gesamtausgabe für Deutschland und Österreich heute eine höhere Auflage als noch 1992 nur für Deutschland. Das Magazin „Kontinente“ nahm seit 1992 etliche weitere Kooperationspartner auf, sodass die Auflage von gut 100000 auf 260000 stieg. Rechnet man jedoch die Auflagen der in die Kooperation eingebrachten und darin aufgegebenen Zeitschriften mit ein, so ergeben sich deutliche Verluste. Exemplarisch sei die Zeitschrift von Missio Aachen erwähnt, die 1992 noch 585000 Millionen Exemplare zählte.

Rund 60 Prozent der untersuchten Zeitschriften werden an die Leser kostenlos

verteilt, meist mit der Bitte um eine Spende für die Ordensarbeit. Für die Verkaufszeitschriften verlangen die herausgebenden Orden je Ausgabe zwischen 1,35 Euro und 60 Euro. Bei den teuren Publikationen handelt es sich ausschließlich um Fachzeitschriften. Das Jahresabonnement der Vierteljahresschrift „Theologie und Philosophie“ kostet 192 Euro – entsprechend verweisen die Herausgeber darauf, dass fast alle Adressaten Bibliotheken seien. Solch stolze Preise sind aber die Ausnahme. Bei knapp der Hälfte der Verkaufszeitschriften liegt der Jahrespreis bei 20 Euro oder weniger. Mehr als 80 Prozent der Ordenszeitschriften haben

einen Internetauftritt. Die vollständige Ausgabe (zum Beispiel als PDF) konnte allerdings nur bei knapp der Hälfte der Zeitschriften im Netz abgerufen werden.

Die Leser der Ordenspresse

Bei 36 Titeln (52 Prozent) wissen oder vermuten die Herausgeber, dass die größte Altersgruppe der Leser jene zwischen 56 und 70 Jahre ist. Bei 11 Ordenszeitschriften bildete die Altersgruppe der 41- bis 55-Jährigen den Schwerpunkt der Leserschaft, bei vier Titeln die über 70-Jährigen. Nur bei den zwei Kinderzeitschriften sind die Leser erwartungsgemäß jünger. Bei 12 Titeln machten die Orden keine Angabe zur Altersstruktur. Eine präzisere Erhebung der Altersstruktur war allerdings nicht möglich, weil die wenigsten Orden über detaillierte soziodemografische Daten ihrer Leser verfügen – zumal viele Zeitschriften kostenlos verteilt oder ausgelegt werden. Auch die Angabe des Anteils der Leserinnen unter den Beziehern beruht zumeist auf Schätzungen: Demnach überwiegen bei rund 40 Prozent der Ordenszeitschriften die weiblichen Rezipienten. Bei einem weiteren Drittel der Titel vermuten die Herausgeber eher ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis, und nur bei sieben Prozent der Publikationen ist die Leserschaft überwiegend männlich. Für 15 Titel machten die Herausgeber zum Frauenanteil der Leser keine Angaben.

Damit deutet sich an, dass die Ordens- und Missionszeitschriften – abgesehen von den Kinderzeitschriften – eine ähnliche Leserschaft ansprechen wie die Bistumszeitungen: vorwiegend Frauen, die am Ende der beruflichen Lebensphase stehen oder schon im Ruhestand

sind. Pernsteiner erörterte die Problematik der Zugangsbeschränkungen von Gesellschaftsmilieus zu den Ordenszeitschriften im Rahmen seiner Studie in einer Gruppendiskussion mit Herausgebern: „Jüngere Generationen, so der Tenor der Fokusgruppe, hätten kaum Zugang zu den Ordensmedien. Ihr geändertes Medienverhalten mache die Zeitschrift zu einem ungeeigneten Kommunikationskanal für Ordensgemeinschaften“²².

Über bestimmte Themen gibt es bei einzelnen Milieus allerdings sehr wohl Chancen, neue Leser zu erreichen. Katholiken aus dem Sinus-Milieu „Moderne Performer“ schätzen die Kirche insbesondere als „Anwalt der Schwachen und Ohnmächtigen“²³. „Ihr Engagement im sozialen Bereich ist wichtig und sollte unbedingt gestärkt werden: Sie ist ein gutes und nützliches Angebot für Menschen mit Defiziten (Schwache, Bedürftige, Menschen, die sonst keinen Halt haben)“²⁴. Wichtig sei allerdings „Transparenz der Mittelverwendung; dokumentieren und kommunizieren, für welches Projekt die Steuergelder und Spenden eingesetzt werden“²⁵. Genau darin besteht die Kernkompetenz vieler Ordens- und Missionszeitschriften: die Arbeit des Ordens, die häufig im sozialen Bereich verortet ist, darzustellen und deutlich zu machen, wie die Spendengelder verwendet werden. Bei den „Etablierten“ gibt es Anschlusschancen über die Angebote von Klöstern. Katholiken dieses Milieus schätzen „Kloster-Auszeiten als Gelegenheit für temporären Rückzug (nicht erreichbar sein) oder für die Reflexion in einem anregenden Ambiente“²⁶. Die Kirche gelte darüber hinaus „als Hüter hochkultureller Erbschaften, die man in Kathedralen

und in der Kunst bewundert“²⁷. „Es dominiert ein bildungs- und kunstgetriebener Zugang zu Religion“²⁸. Daher werden Klöster nicht nur als Rückzugsort sondern auch als touristisches Reiseziel betrachtet. „Man geht gern dorthin, wo sich Kompetenz klassisch abbildet (Klöster mit ihrer besonderen Architektur, ihren Bibliotheken, Gärten und Gelehrten)“²⁹.

Neben der sozio-demografischen Verortung der Leserschaft wurde auch deren geografische Verteilung untersucht. Ordenszeitschriften, die in Deutschland herausgegeben werden, sind weltweit verbreitet. Fast alle Redaktionen geben an, dass sie einzelne Exemplare oder auch größere Stückzahlen ins Ausland verschicken, etwa an Freunde und Förderer in benachbarten europäischen Ländern oder an Ordensniederlassungen auf anderen Kontinenten. Drei Viertel der Zeitschriften werden auch in der Schweiz und/oder in Österreich gelesen. Innerhalb Deutschlands haben die Empfänger der Ordenszeitschriften ihren Wohnort überwiegend im Süden und Westen. Für die Erhebung der nationalen Verbreitung wurde die Bundesrepublik in fünf Postleitzahlgebiete aufgeteilt, und die Herausgeber konnten zwei Gebiete ankreuzen, in denen (mutmaßlich) die meisten Leser ihrer Zeitschrift leben (daher ergeben die nachfolgenden Werte in der Summe mehr als 100 Prozent). Das Postleitzahlgebiet 80000 bis 99999 (in etwa Bayern und Teile Thüringens) wurde von rund 55 Prozent der Herausgeber als eines der zwei wichtigsten Verbreitungsgebiete genannt. 48 Prozent gaben das Gebiet 40000 bis 59999 an (vor allem Nordrhein-Westfalen). Der Südwesten (PLZ 60000 bis 79999; in etwa Baden-Würt-

temberg, Rheinland-Pfalz und Hessen) wurde für rund 35 Prozent der Titel angegeben. Die Postleitzahlgebiete 20000 bis 39999 (v.a. Niedersachsen und Schleswig-Holstein) sowie 00000 bis 19999 (Ostdeutschland) wurden selten bzw. gar nicht als Verbreitungsschwerpunkt genannt. 20 Prozent der Herausgeber machten keine Angaben dazu, wo die Leser ihrer Zeitschriften in Deutschland zuhause sind.

Redaktion, Herstellung und Inhalte

Bei vier von fünf der untersuchten Zeitschriften arbeiten Ordensleute in der Redaktion mit – im Durchschnitt 2,4 Ordensmänner oder -frauen. Bei gut der Hälfte der Zeitschriften sind auch Angestellte redaktionell beteiligt – im Schnitt zwei Mitarbeiter. Für Angestellte und Ordensmitglieder gilt aber, dass diese unter Umständen auch andere Aufgaben zu erledigen haben, also nicht in Vollzeit für die Ordenszeitschrift arbeiten. Neben den festen redaktionellen Mitarbeitern haben knapp ein Viertel der Zeitschriften ehrenamtliche Kräfte, die bei der Erstellung helfen. Insgesamt sind mit der redaktionellen Arbeit bei den 69 untersuchten Ordens- und Missionszeitschriften regelmäßig rund 270 Personen beschäftigt. Hinzu kommen freie Mitarbeiter, die bei 19 Titeln gelegentlich Beiträge zuliefern. Ein Problem wird der hohe Anteil von Eigenarbeit für die Orden dann, wenn es nicht genügend Nachwuchs gibt. Kann infolge Personalmangels die redaktionelle Arbeit nicht wenigstens teilweise an Mitarbeiter außerhalb der Ordensgemeinschaft übertragen werden, droht der Zeitschrift das Aus. Auch die Spezi-

alisierung der Herstellungsprozesse und die zunehmende Professionalisierung der Zeitschriften können Gründe dafür sein, Hilfe von außen in Anspruch zu nehmen. Bei rund 60 Prozent der Titel ist ein externer Dienstleister in den Satz und die Gestaltung der Heftausgaben eingebunden. Nur vier Zeitschriften werden vom herausgebenden Orden selbst gedruckt: zwei Klosterzeitschriften mit einer Auflage von wenigen hundert Exemplaren, dazu die Münster-schwarzacher Missionszeitschrift „Ruf in die Zeit“ sowie die „Missionsblätter“ von Sankt Ottilien.

Agenturtexte werden nur in wenigen Ordenszeitschriften regelmäßig verwendet. Knapp 15 Prozent der Titel drucken diese mindestens in jeder dritten Ausgabe ab – zumeist sind es dann Meldungen der Katholischen Nachrichtenagentur (KNA). Mehr als die Hälfte der Titel verzichtet grundsätzlich auf Agenturtexte. 38 Prozent der Zeitschriften verwenden Bilder von Agenturen in jeder Ausgabe, in einem weiteren Viertel der untersuchten Titel kommen Agenturfotos gelegentlich zum Einsatz. 17 Zeitschriftenredaktionen geben an, KNA-Bilder zu verwenden, sechs Titel drucken DPA-Bilder ab, sieben Redaktionen geben an, auf Internet-basierte Bilderdienste (iStockphoto, Fotolia, Pixello etc.) zurückzugreifen. Rund 60 Prozent der Ordens- und Missionszeitschriften drucken regelmäßig Anzeigen. Davon haben jedoch nur ein Viertel der Titel bezahlte Fremdanzeigen. Die meisten Orden nutzen ihre Zeitschrift vielmehr, um auf weitere Angebote des Ordens, etwa Buchveröffentlichungen oder Veranstaltungen hinzuweisen. Die wichtigsten Rubriken von Ordens- und Missionszeitschriften sind Berichte

über Vorgänge innerhalb des Ordens sowie spirituelle Impulse und Meditationen. Bei mehr als 85 Prozent der untersuchten Titel gaben die Herausgeber an, diese Inhalte regelmäßig zu veröffentlichen. Nur bei den Fachzeitschriften und den Kinderzeitschriften spielen diese Aspekte eine untergeordnete Rolle. Über die Arbeit des Ordens im In- und Ausland berichten knapp 80 Prozent der Zeitschriften in jeder Ausgabe – vor allem bei den Missionszeitschriften ist diese Rubrik für alle Titel ein Muss und nimmt auch einen erheblichen Teil des Heftes ein. Über gesellschaftspolitische Themen berichten 56,5 Prozent der Ordenszeitschriften regelmäßig. Wissenschaftliche Aufsätze, etwa aus dem Fachgebiet Theologie, veröffentlichen natürlich die Fachzeitschriften – aber nicht allein. Auch 21 Ordens- und immerhin vier Missionszeitschriften geben an, regelmäßig wissenschaftliche Abhandlungen zu publizieren.

Neben vorgegebenen Rubriken konnten die Herausgeber weitere Inhalte ihrer Zeitschriften nennen. Für fünf Titel wurde angegeben, dass üblicherweise Unterhaltungselemente (Humor, Buntes, Rätsel) publiziert würden. Vier Zeitschriften haben nach eigenen Angaben eine Kinderseite, ebenfalls vier nennen „Berufungsgeschichten“ bzw. „Erfahrungsgeschichten“ von Ordensmitgliedern als wiederkehrende Rubrik. Vereinzelt genannt wurden Buchbesprechungen/Literatur, Literarische Texte, Historisches, Predigt- und Gottesdienstvorschläge.

Resümee

In Deutschland erschienen im Jahr 2012 mehr als 70 Zeitschriften von Ordensgemeinschaften, die zusammen eine Auf-

lage von mehr als 1,5 Millionen Exemplaren erreichten. Die typische Ordenszeitschrift (ohne Fachzeitschriften) hat 33 Seiten Umfang, erscheint fünf Mal im Jahr in einer Auflage von knapp 30000 Exemplaren und wird – jedenfalls in der Mehrzahl – kostenlos oder gegen eine Spende weitergegeben. Damit werden deutlich mehr Menschen publizistisch von den Orden erreicht, als dies den Ortskirchen mit Hilfe ihrer Bistumszeitungen noch gelingt (Gesamtauflage Anfang 2013: 577000 Exemplare). Vergleichen lassen sich diese beiden Zeitschriftentypen allerdings kaum, da die Bistumspresse wöchentlich erscheint und damit viel intensiver aktuelle kirchliche und gesellschaftliche Themen zur Sprache bringen kann, als dies bei den mehrheitlich vierteljährlichen Erscheinungsrhythmen der Ordenspresse möglich ist. Zudem behandeln die Publikationen der Institute des geweihten Lebens ein eingeschränktes Themenfeld: Sie berichten vor allem über ordensinterne Vorgänge sowie die Arbeit des Ordens im In- und Ausland und liefern ihren Lesern spirituelle Impulse. Insbesondere Missionszeitschriften nehmen darüber hinaus zu gesellschaftspolitischen Fragen Stellung. Einen Sonderfall unter den Ordenszeitschriften bilden die Fachzeitschriften. Sie liefern vor allem Beiträge zu Fragestellungen im philosophisch-theologischen Bereich und unterscheiden sich auch in formaler Hinsicht mit durchschnittlich rund 100 Seiten je Heft, das drei bis vier Mal im Jahr erscheint. Ähnlich wie die kirchlichen Printmedien erreichen Ordenszeitschriften nur einen eingeschränkten Kreis von Katholiken. Ein großer Teil der Leser ist im vorgerückten Alter, Frauen sind in der

Mehrzahl. Der Unterschied zu den Bistumszeitungen liegt darin, dass es auch ein Ungleichgewicht bei der geografischen Verbreitung von Ordenszeitschriften gibt. Diese werden vor allem im Süden und Westen Deutschlands gelesen. Dies hat mit der Verortung der Ordensgemeinschaften zu tun, deren räumliche Schwerpunkte in Bayern und im Rheinland liegen.

Die Orden stehen mit ihren Zeitschriften vor großen Herausforderungen. Diese bestehen zum einen darin, jüngere Leserkreise zu erschließen, um so den sinkenden Auflagenzahlen entgegenzuwirken. Eine Hilfestellung können die Ergebnisse der Sinus-Milieu-Studie sein, die aufzeigen, dass Ordensgemeinschaften mit ihrem sozialen Engagement im In- und Ausland und ihren spezifischen spirituellen Angeboten wie etwa Exerzitien für manche Milieus durchaus attraktiv sind. Die zweite Herausforderung ist das Bewältigen der redaktionellen Arbeit, die zu großen Teilen auf den Schultern von Ordensleuten lastet. Der fehlende Nachwuchs in den eigenen Reihen wird es künftig schwieriger machen, die nötigen Kräfte für die Herausgabe von Zeitschriften aufzubringen. Dabei ist ein Fortbestehen der Publikationen in zweifacher Hinsicht wichtig: weil sie essentiell sind für die Wahrnehmung der Arbeit der Orden in der Gesellschaft und weil sie dabei helfen, Spenden für die Gemeinschaften und deren gesellschaftliches Engagement zu generieren.

Für die Orden ergeben sich mehrere Handlungsoptionen. Eine besteht in der fortschreitenden Professionalisierung der Zeitschriften. Damit ist zum einen gemeint, die Qualität der Publikationen zu verbessern, um gegen die Konkur-

renz der Medienangebote bestehen zu können – etwa durch ein zeitgemäßes Layout oder interessante Themen. Damit kann zweitens gemeint sein, Teile der Produktion, zum Beispiel die Gestaltung, an externe Dienstleister abzugeben – mit dem Ziel der Qualitätssteigerung und der Entlastung der Ordensmitglieder. Die Erhebung hat gezeigt, dass die Entwicklung hier schon weit fortgeschritten ist. Mehr als die Hälfte der Publikationen werden außerhalb der Klostermauern gelayoutet. Dementsprechend professionell aufgemacht sind mittlerweile die meisten Ordenszeitschriften, wie eine stichprobenartige Untersuchung des Verfassers ergeben hat. Die laienhaft gestaltete und mit dem Kopierer vervielfältigte Klosterzeitschrift ist ein Klischee – oder zumindest die Ausnahme.

Sollten die Bemühungen um neue Leser und die personelle Ausstattung der Redaktion dauerhaft nicht von Erfolg gekrönt sein, hilft am Ende nur die Kooperation mit anderen Titeln: auf Ebene des eigenen Ordens mit einer benachbarten Provinz oder über die Ordensgrenzen hinweg, wie es viele missionarisch tätige Orden mit der Zeitschrift „Kontinente“ bereits praktizieren. Eine weitere Option besteht darin, die publizistische Tätigkeit ins Internet zu verlagern, um beim Druck und Versand Geld einzusparen. Dabei muss allerdings berücksichtigt werden, dass auf diese Weise die älteren Freunde und Förderer des Ordens kaum erreicht werden. Die schlechteste Option, die allerdings von einigen Orden in den vergangenen Jahren gewählt wurde, besteht darin, die Herausgabe der Zeitschrift gänzlich zu beenden und auch publizistisch keinen Ersatz anzubieten.

.....

- 1 Vgl. www.delphi-katholische-medien.de.
- 2 Vgl. Christian Klenk, *Zustand und Zukunft katholischer Medien. Prämissen, Probleme, Prognosen*. Berlin 2013.
- 3 Vgl. Johannes Pernsteiner, Publizieren gegen die Mühlen der Zeit. Ordenszeitschriften in Österreich, in: *Ordensnachrichten*, 47. Jahrgang, Heft 5, 3-67.; Johannes Pernsteiner, Publizieren gegen die Mühlen der Zeit. Eine kritische Analyse zu Bestand und Entwicklung der Ordenszeitschriften Österreichs, Diplomarbeit, Wien 2008.
- 4 Deutsche Bischofskonferenz (DBK) (Hg.), *Katholische Kirche in Deutschland. Zahlen und Fakten 2011/12 (= Arbeitshilfen Nr. 257)*, Bonn 2012, 22f.; Martin Maier, *Orden und Kirche in der Krise*, in: *Stimmen der Zeit*, 223. Jahrgang, Heft 2, München 2005, 73.
- 5 Anneliese Herzig/ Dominicus Meier, „Gebt Zeugnis von der Hoffnung, die euch erfüllt (1 Petr 3,15)“ – Ordensleben in Übergängen. Ein Gespräch, in: *Ordenskorrespondenz*, 52. Jahrgang, Heft 3, Bonn 2011, 273.
- 6 Stefan Kiechle, *Mut zur Hingabe*, in: *Herder-Korrespondenz*, 58. Jahrgang, 2004, 336.
- 7 Johannes Pernsteiner, *Publizieren*, 12.
- 8 Ebd., 57.
- 9 Ebd., 58.
- 10 Vgl. Meldung auf www.kirchensite.de; vom 28.2.2011.
- 11 Johannes Pernsteiner, *Publizieren*, 64.
- 12 Ebd.
- 13 Vgl. http://www.orden.de/index.php?rubrik=8&seite=zeit_buch; Zugriff am 24.3.2013.
- 14 Klemens Löffler, *Geschichte der katholischen Presse Deutschlands. Mönchengladbach 1924*, 97.
- 15 Ebd.
- 16 P. Christian Tauchner von den Steyler Missionaren, zitiert bei Johannes Pernsteiner, *Publizieren*, 25.

- 17 Vgl. auch Johannes Pernsteiner, Publizieren, 18ff.
- 18 Ebd., 20.
- 19 Ebd., 23.
- 20 Otto B. Roegele / Hans Wagner, Die katholische Presse in Deutschland, in: Emil Dovifat (Hg.), Handbuch der Publizistik. Band 3, Berlin 1969, 501.
- 21 Günther Mees / Ferdinand Oertel (Hg.), Deutschlands fromme Presse. Eine Zwischenbilanz katholischer Publizisten, Frankfurt am Main 1996, 141.
- 22 Johannes Pernsteiner, Publizieren, 40.
- 23 Medien-Dienstleistung GmbH (MDG) (Hg.), Milieuhandbuch „Religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus-Milieus 2005“. Forschungsergebnisse von Sinus Sociovision für die Publizistische Kommission der Deutschen Bischofskonferenz und die Koordinierungskommission Medien, München 2005, 114.
- 24 Ebd., 111.
- 25 Ebd., 114.
- 26 Ebd., 48.
- 27 Ebd., 18.
- 28 Ebd., 40.
- 29 Ebd.