

Am 11. Juni 2000, es war der Pfingstsonntag, startete um 8.00 Uhr das katholische Domradio in Köln. Das Programm – Slogan: „Der gute Draht nach oben“ – war in Nordrhein-Westfalen über Kabel zu empfangen und darüber hinaus über zwei Satellitenfrequenzen (vgl. FK 23/00 und 34/00). Lizenziert worden war der Sender von der in Düsseldorf ansässigen Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen (Lfr), der heutigen Landesanstalt für Medien (LfM). Inzwischen verfügt das Domradio auch über UKW-Frequenzen (u.a. an seinem Standort in Köln), und via Internet ist das Programm weltweit zu empfangen. Chefredakteur des Domradios, das nun auf sein 10-jähriges Bestehen zurückblickt, ist seit dem Sendestart der Theologe und Journalist Ingo Brüggjenjürgen, geboren 1962 in Rheda-Wiedenbrück. Er hat an der Universität Münster (Westfalen) ein Diplom-Theologiestudium und ein Magister-Publizistikstudium absolviert (1982 bis 1989). Anschließend war er Medienreferent im Referat Medienpädagogik des Erzbistums Köln, ab 1990 Leiter der Diözesanen Radiowerkstatt Katholisches Bildungswerk des Erzbistums Köln. Seit 1994 war er zudem Privatfunkbeauftragter des Erzbistums, von 1995 bis 2000 war er als Beauftragter der Deutschen Bischofskonferenz für den privaten Fernsehsender RTL zuständig. Seit Frühjahr 2000 ist er Chefredakteur des Domradios Köln, das seinen Sitz im Domforum in der zentralen Innenstadt hat. Im folgenden Interview der FK mit Ingo Brüggjenjürgen geht es anlässlich von 10 Jahre Domradio um eine Bilanz des ersten katholischen Bistumsradios und einen Ausblick auf die Zukunft im Internet-Zeitalter. Die Fragen stellten Dieter Anschlag und Volker Nünning. Die offizielle Feier des Bildungswerks der Erzdiözese Köln zu 10 Jahre Domradio ist für den 3. November geplant. FK

Außer man tut es

10 Jahre Domradio: Interview mit Chefredakteur Ingo Brüggjenjürgen

FK: Herr Brüggjenjürgen, Sie sind beim Domradio des Erzbistums Köln von Anfang an als Chefredakteur dabei. Wenn Sie heute an die Anfänge des Senders zurückdenken, an was erinnern Sie sich da als erstes?

Brüggjenjürgen: An die Worte unseres Kölner Kardinals: „Bei Babys habe ich nicht die nötige Erfahrung – aber ihnen als Familienvater vertraue ich gerne unser Domradio-Baby an.“ Da kann ein Christenmensch, für den Kinder immer ein Geschenk Gottes sind, ja schlecht „Nein“ sagen. Zumal der Kölner Erzbischof ins Domradio-Taufbuch noch die Eintragung vorgenommen hatte: „Alle, die Domradio hören, sollen von Herzen fröhlicher werden!“ – und sich mit seinem Weihrauchsegen, der Feueralarm auslöste, gleichzeitig noch als erfolgreicher PR-Geburtshelfer betätigte. Außerdem waren wir mächtig stolz auf den Geburtstermin: Pfingsten 2000. Gibt es einen besseren Termin für einen Sender, der laut die Frohe Botschaft von den Dächern verkünden will?

FK: Können Sie etwas zur Vor- und Entstehungsgeschichte des Domradios erzählen? Warum entstand der Sender, wer hatte die Idee? Hat die katholische Kirche etwas Bestimmtes in der Hörfunklandschaft vermisst, sah man eine Marktlücke?

Was die können, schaffen wir auch

Brüggjenjürgen: Erfolge haben bekanntlich immer viele Väter: Neben Joachim Kardinal Meisner war da noch ein weit vorausschauender Generalvikar Norbert Feldhoff, der als heutiger Dompropst sich noch immer über sein Domradio freut und an hohen Feiertagen selber bei uns seine Klassik-Musiksendung moderiert. Auch die bistumseigenen Medienverantwortlichen Erwin Müller-Ruckwitt, Joachim Zöller und Manfred Becker-Huberti haben damals wichtige Weichen gestellt und dafür gesorgt, dass wir erfolg-

reich starten und wachsen konnten. Es gab zudem eine sehr gut funktionierende medienpädagogische Radioarbeit in den bistumseigenen Bürgerfunkstudios des Bildungswerks der Erzdiözese Köln. Darauf konnten wir aufbauen. Dass alles funktionieren könnte, wussten wir nach unseren ersten 14 Testsendetagen – wo wir auf der UKW-Frequenz 100,0 Megahertz hier in Köln zum 750-jährigen Domjubiläum unser erstes Veranstaltungsradios on air schickten.

Medienarbeit im Weinberg des Herrn

FK: Haben Sie jemals befürchtet, dass der Sender sich womöglich langfristig nicht über Wasser halten würde, weil er sich auf dem Radiomarkt beim Publikum nicht behaupten könnte? Wie ist die finanzielle Absicherung des Senders jetzt und in Zukunft?

Brüggenjürgen: Wer ständig nach dem Wind schaut, kommt nach biblischer Erfahrung nie zum Säen – und wer die Hand an den Pflug legt und zurückschaut, taugt bekanntlich nicht für das Gottesreich. Nein, wir sind hier alle mit viel Begeisterung und Freude ans Werk gegangen. Wenn wir spät am Abend unsere Probleme mit den Sendecomputern hatten, haben wir in die benachbarten hell erleuchteten Sendestudios des WDR geschickt und uns Mut zugesprochen und gesagt, okay, was die können, schaffen wir auch. Nur dass wir immer in der Rolle Davids gegen Goliath waren und bis heute – auch im Hinblick auf die großen privaten Medienmogule – immer noch in dieser Rolle sind. Man hat uns acht Jahre lang keine UKW-Frequenz zugesprochen – und dann auch nur nach langem Hin und Her eine bescheidene 30-Watt-Innenstadtfrequenz in Köln, die unter jeder Brücke ihren Geist aufgibt. So aber haben wir viel früher als andere das Internet für uns entdeckt und aus der Not eine Tugend gemacht. Aus dem überhörbaren Bistumssender Domradio wurde schnell domradio.de – eine mehrmediale Plattform, die bei deutschsprachigen Christen in aller Welt auf offene Ohren stößt.

FK: Die Frage nach dem Budget haben Sie jetzt aber noch nicht beantwortet. Wie steht es um die finanzielle Absicherung heute und morgen – gerade in Zeiten sinkender Kirchensteuereinnahmen.

Der Militärggeistliche in Afghanistan

Brüggenjürgen: Kennen Sie einen Chefredakteur, der mit seinem Finanzrahmen voll zufrieden und glücklich ist? Aber da gibt es nichts zu verheimlichen: Unser Träger, das Bildungswerk der Erzdiözese Köln, investiert Jahr für Jahr zirka zwei Millionen Euro in die Verbreitung der Frohen Botschaft. Wenn man bedenkt, dass heute 90 Prozent der Kirchensteuerzahler unsere Gottesdienste oder andere kirchliche Angebote nur noch sehr selten nutzen, sind die Kirchensteuergelder mit unserem offenen und barrierefreien Medienangebot doch hervorragend angelegt. Domradio.de, „der gute Draht nach oben“, funktioniert weltweit 365 Tage im Jahr, 24 Stunden am Tag. Unser Programm wird neben UKW in ganz Nordrhein-Westfalen im Kabelnetz verbreitet und ist europaweit über das Astra-Satellitensystem zu hören. Unsere Medienarbeit im Weinberg des Herrn kann jeder Kirchensteuerzahler tagesaktuell überprüfen!

FK: Wie würden Sie die Aufgaben, sozusagen den Sendeauftrag des katholischen Domrudios umreißen? Die meisten Menschen hören ja Radio hauptsächlich wegen der Musik.

Brüggenjürgen: Ohne Frage – Radio wird zu allererst wegen der Musik eingeschaltet. Aber wer bei unserer schwierigen Empfangssituation aus der Fülle des Angebots extra unseren Sender auswählt, der erwartet von uns auch, dass Domradio drin ist, wo Domradio drauf steht. Wir versuchen die christ-

liche Botschaft in den tagesaktuellen Dialog einzubringen. Andere kirchliche Medien kommen leider oft erst eine Woche oder später mit ihrer Einordnung zum Zuge. In der schnellen Informations- und Medienwelt ist das oft zu spät. Wir stoßen da in eine große Lücke. Wenn zum Beispiel in Afghanistan ein Anschlag verübt wurde, hört und sieht man das überall. Der Militargeistliche, der von den Sorgen und Nöten der Soldaten und ihrer Angehörigen berichtet, kommt in der Regel aber nur bei uns zu Wort. Ein Radio mit angeschlossener Internet-Plattform ist generell ein optimales Medium, um die Fülle der christlichen Stimmen aktuell zu verstärken und in die Gesellschaft zu bringen. Kirchliche Verantwortliche und Entscheidungsträger mögen nicht immer chatten oder bloggen können – telefonieren können sie. Und um die nötige mediale Aufbereitung kümmern wir uns: Von der Textmeldung über den richtigen O-Ton im Radio bis hin – das machen wir inzwischen auch – zu unseren täglichen Videonachrichten im Internet.

FK: In Berlin steht das evangelische Radio Paradiso überraschend vor dem Aus, weil die Medienaufsicht die Lizenz des Senders nicht verlängern will. Der Grund ist offenbar, dass im Programm von Radio Paradiso der Wortanteil unverhältnismäßig stark gesunken ist und dies nicht mehr der Lizenz entspricht. Man könnte auch sagen: Der Sender erscheint kommerzieller als die Polizei erlaubt. Nun muss sich Radio Paradiso in Berlin auf dem härtesten deutschen Hörfunkmarkt behaupten und darf auch Werbung ausstrahlen. Es dürfte ein Vorteil sein, dass Sie in Köln nicht in einer solchen Situation sind. Sendet es sich bei Domradio entspannter?

Nach der Devise von Erich Kästner

Brüggenjürgen: Das wäre schön – aber unsere mageren UKW-Frequenzen in Köln am Rhein, in der Nahe-Region und in Fulda sind sicher nicht mit denen der Berliner Kollegen an der Spree vergleichbar. Nach meiner Überzeugung sollte auch in Berlin bei 30 UKW-Sendern ein Platz für ein christliches Radio sein. Wir haben uns ja leider zweimal vergeblich in den vergangenen Jahren um UKW-Frequenzen dort bemüht. Egal, ob Berlin oder Köln, in jedem Marktumfeld braucht man ein klares, wiedererkennbares und am besten einzigartiges Profil. Darum bemühen wir uns. Wir haben einen Wortanteil von leicht über 50 Prozent. Bei uns ist die Musik in erster Linie das geeignete Transportmittel – mit dem wir unsere Botschaft rüberbringen wollen.

FK: Welche Musik erklingt denn im Domradio, wie ist das musikalische Konzept?

Brüggenjürgen: Zum Sendestart hat die „Bild“-Zeitung hier in Köln provokant getitelt: „Bischöfe spielen Kuschelrock!“ – aber das ist bekanntermaßen nicht deren erste Aufgabe. Wir haben uns auf ruhige, harmonische Rock- und Popmusik für die Altersgruppe 30 bis 60 Jahre festgelegt. Dazu kommt am Sonntag viel Klassik – und im Umfeld der religiösen Sendungen viel Kirchenmusik, von der Gregorianik bis zum Taizé-Gesang. Mir ist kein Sender bekannt, der seinen Bogen musikalisch so weit spannt und so viele Titel in der Rotation hat wie unser Domradio.

FK: Was sind die großen Stärken eines Senders wie Domradio Köln?

Brüggenjürgen: Ein klarer Auftrag – christliche Werte in den aktuellen gesellschaftlichen Dialog einbringen, eben Frohe Botschaft verkünden, und ein hiervon überzeugtes und sehr engagiertes Team, das bei dem Auftrag nach der Devise von Erich Kästner vorgeht, die da heißt: Es gibt nichts Gutes, außer man tut es.

FK: Welche Rolle spielt das Domradio im Rahmen der Medienstrategie der katholischen Kirche?

Brüggenjürgen: Das müssen Sie besser die zuständigen katholischen Strategie- und Koordinierungskommissionen fragen. Wir hoffen in diesem Zusammenhang aber darauf, dass bei all den vielen Diskussionen und Überlegungen berücksichtigt wird, was Bischof Franz-Josef Overbeck jüngst in der FAZ geschrieben hat: „Das Kölner Domradio hat sich nicht nur aus Sicht des Ruhrbistums zu einem herausragenden Medienportal entwickelt, das den Nutzern qualitativ hochwertige Text-, Audio- und Videobeiträge anbietet.“ Hier muss man also nicht unbedingt das Rad immer wieder neu erfinden.

Quote machen mit religiösen Themen

FK: Welches Verhältnis hat das Kölner Domradio zu Radio Vatikan? War der Papstsender ein Vorbild?

Brüggenjürgen: Beiträge von Radio Vatikan sind bei uns seit dem Sendestart fester Programmbestandteil. Es gibt einen gut funktionierenden Austausch der Mitarbeiter. Der neue Leiter der deutschsprachigen Redaktion von Radio Vatikan, Pater Bernd Hagenkord, war vor seinem Dienstantritt einige Wochen in unserer Redaktion – unsere Redakteure lernen in Rom die Weltkirche kennen. Während des Weltjugendtags 2005 hat die deutsche Crew aus unseren Studios gesendet – als Kardinal Ratzinger als Papst Benedikt XVI. auf den Balkon trat, war unser Chef vom Dienst auf dem Petersplatz dabei. Es gibt eine gute Aufteilung und einen sehr gut funktionierenden Austausch von Programmbeiträgen.

FK: Inwieweit arbeiten Sie bei Domradio noch mit anderen katholischen beziehungsweise christlichen Partnern zusammen?

Brüggenjürgen: Die christlichen Agenturen wie KNA oder epd sind für uns natürlich eine sehr gute Quelle und hilfreiche Unterstützung. Zudem arbeiten wir mit den kirchlichen Pressestellen und deren Diensten meistens gut zusammen. Mit einigen Hilfswerken sind wir in unserer Sendereihe „Domradio weltweit“ besonders eng verbunden: Adveniat, Missio, Renovabis und auch Kolping International. Aber auch mit 'Kirche in Not' oder der Caritas gab und gibt es ein gutes Miteinander.

FK: Was wissen Sie über Ihre Zielgruppe? Könnten Sie den typischen Domradio-Hörer beschreiben, so es den gibt? Oder ist es möglicherweise eine Hörerin?

UKW-Unterversorgung als Internet-Katalysator

Brüggenjürgen: Das ist ein breites Spektrum. Im Krankenhaus oder Seniorenheim freut man sich über unsere Laudes, die Komplet oder unsere Gottesdienstübertragungen in Bild und Ton. Tausende von zumeist Jugendlichen nutzen unsere Podcast-Angebote, die Live-Übertragungen aus Taizé zum Beispiel, und wieder andere Christen, die still und effektiv in der Gemeindegemeinschaft engagiert sind, schätzen unseren Newsticker und unsere aktuellen Berichte aus dem Bereich von Kirche und Gesellschaft.

FK: Könnten Sie feststellen, dass andere Hörfunksender, ob privat oder öffentlich-rechtlich, ihr Programm aufgrund der Existenz von Domradio verändert haben, das heißt, salopp gesagt, dass sie sich von Ihnen etwas abgeguckt haben, besonders in jüngster Zeit? Denn allgemein sind gerade religiöse und ethische Themen – manche meinen, als Reaktion auf den ökonomischen Verfall – ja derzeit sehr 'in'. „Die Zeit“ etwa hat vor kurzem die neue Seite „Glaube und Zweifeln“ ins Blatt eingeführt.

Brüggenjürgen: Ob die Verantwortlichen der „Zeit“ bei uns abgeschaut haben, weiß ich nicht. Aber sie haben offensichtlich erkannt, dass man auch mit religiösen Themen Quote machen kann. Wir haben im Monat derzeit um

die 140 000 echte Besucher auf domradio.de – nicht von unserem eigenen Provider, sondern vom Messinstitut der deutschen Werbeindustrie verlässlich gezählt. Täglich werden es mehr, alleine über die Suchmaschinen wie Google kommen täglich oft über 1000 Interessierte. Und wer bei uns findet, was er gesucht hat – der kommt wieder. Wir stellen schon fest, dass der ein oder andere Gesprächspartner, den wir mühsam ausgegraben haben, wenig später bei dem ein oder anderen Medium zum gleichen Thema interviewt wird. Aber das ist doch wunderbar, wenn unsere Botschaften andere Medien verstärken. Auch christliche Internet-Anbieter stellen vermehrt Audio- oder Videobeiträge von uns ein – solange wir dabei als Quelle deutlich gemacht werden, dient das ebenfalls nur unserer Reichweite.

FK: Stichwort Reichweite: Während lange Zeit die Kölner UKW-Frequenz jedes Jahr der Weihnachtswunsch beim Domradio war, weil die Mehrzahl der Menschen Radio eben über UKW hört, hat sich inzwischen der Hörfunkempfang via Internet-Stream ja zu einer echten Alternative oder Ergänzung zur Terrestrik entwickelt. Sie haben es auch bereits angesprochen. Insofern also dürfte domradio.de mittlerweile eine enorme Bedeutung für Sie haben, denn es ist ja praktisch der Sprung von Köln in die ganze Welt: Domradio global sozusagen. Hat es dadurch bei Ihnen so etwas wie eine wundersame Hörervermehrung gegeben?

Die Ordensbrüder aus Brasilien

Brüggenjürgen: Die unzureichende UKW-Versorgung war gleichsam unser Internet-Katalysator. Was über UKW schwierig war, klappte oft über das Internet. Nachdem wir zunächst nur eine fast 'tote Seite' zum Sendestart im Netz hatten, haben wir hier in den Jahren kontinuierlich unser Angebot erweitert. Bei uns im Netz findet jeder schnell, was er braucht: Ob er nun die Predigt von Kardinal Meisner in Textform nachlesen oder als Audiopodcast nachhören will oder den Gottesdienst aus dem Kölner Dom live in Bild- oder Ton mitverfolgen will, alle werden konsequent mit christlichem Content bedient. Nachdem wir seit einigen Wochen die Gottesdienste in kompletter Länge ins Archiv stellen, haben wir auch franziskanische Ordensbrüder in Brasilien auf unserer Seite. Die fanden die Live-Übertragungen wegen der Zeitverschiebung immer ein wenig anstrengend ...

FK: Gibt es bestimmte Programmsegmente, die durch die Internet-Live-Verbreitung eine signifikant höhere Aufmerksamkeit erhalten haben, so dass Sie vielleicht daraufhin sogar Ihr Programm entsprechend umstrukturiert haben? Auf jeden Fall, vermuten wir jetzt mal, dürften sich auch bei der Domradio-Gemeinde Podcast-Angebote einer besonders großen Beliebtheit erfreuen.

Brüggenjürgen: Unsere wöchentliche Übertragung der Lichterfeier aus Taizé ist so ein Beispiel: Als wir damit anfangen, hatten wir fast 30 000 Podcast-Abrufe in nur einer Woche. 60 Minuten Liturgie – die sich Interessierte auf ihre iPods und MP3-Player runtergeladen haben, um da mitzubeten. Inzwischen bieten die Brüder aus Burgund ein eigenes Angebot an – so dass unsere Abrufe zurückgegangen sind. Aber gerade die zeitlich unabhängige Mediennutzung, die wir via Internet als Podcast oder über unser Archiv ermöglichen, ist kontinuierlich auf dem Vormarsch. Wir sind uns sicher: Der Medienkonsum der Zukunft wird weitaus vielfältiger sein – da fängt vieles gerade erst an.

FK: Welche Bedeutung haben im Rahmen der Online-Verbreitung von domradio.de soziale Netzwerke wie Facebook, StudiVZ oder auch Twitter? Wie hat sich durch diese interaktive Kommunikation das Programm möglicherweise verändert?

Brüggenjürgen: Zugegeben, hier mussten die jungen Redaktionsmitglieder im Team ihrem alten Chef ein wenig auf die Sprünge helfen. Die Medienwelt

verändert sich ja rasant. Wir müssen dabei nicht auf jeden Zug springen – aber wir prüfen vieles und behalten das Gute. Wir waren die ersten, die als offizielle Kircheneinrichtung Nachrichten getwittert haben, und Mitte Januar dieses Jahres sind wir zum Beispiel auch bei Facebook eingestiegen. Immer mehr Fans treten dort in den interaktiven Dialog mit uns. Zukünftig wollen wir diesen direkten Dialog mit unserer Hörer- und User-Gemeinde weiter ausbauen.

FK: Die Missbrauchsdebatte ist derzeit das dominante Thema in Zusammenhang mit der katholischen Kirche. Wie geht Domradio damit journalistisch um? Was sagen Ihnen möglicherweise Hörerreaktionen dazu, wie die Kirche mit dieser Materie umgehen müsste?

Mutige kirchliche Entscheidungsträger

Brüggenjürgen: Nicht nur bei diesem Thema haben wir uns hier im Domradio immer sehr um Klarheit und Wahrheit bemüht. Die richtigen Richtlinien für den Umgang mit diesem Thema hat ja auch nicht die Deutsche Bischofskonferenz erfunden – die stehen für alle nachlesbar schon in der Bibel: Markus 9,42. Wir haben auch schon vor den Fällen im Canisiushaus in Berlin über das Thema Missbrauch berichtet und deshalb blenden wir gerade hier überhaupt nichts aus. Wenn die Fernsehkollegen von Phoenix oder n-tv uns bei diesem Thema als Experten in ihre Studios einladen, können wir da nicht ganz falsch liegen.

FK: Wie ist Ihre Bilanz nach 10 Jahren Domradio?

Brüggenjürgen: Wir sind in den 10 Jahren mit Gottes Hilfe, mit mutigen kirchlichen Entscheidungsträgern und sehr engagierten Mitarbeitern bestens aus den Startlöchern gekommen und gut unterwegs. Als Marathonläufer aber weiß ich: Das Ziel ist noch lange nicht erreicht. Wir haben inzwischen aber die nötige Routine, Erfahrung und immer noch den nötigen Mumm in den Knochen, um auch weiterhin gut im Rennen zu bleiben.

FK: Wissen Sie, ob Kardinal Meisner noch einen unerfüllten Wunsch in Sachen Domradio hat? Oder sind alle wichtigen Ziele seiner Ansicht nach erreicht?

Brüggenjürgen: In einem Interview hat er mir mal gesagt, er möchte an der Himmelpforte möglichst viele Christen mitbringen. Das ist doch auch für uns ein sehr gutes Programm. Und auch wenn unser Domradio-Baby, das mir der Kardinal vor 10 Jahren anvertraut hat, jetzt bald in die spannenden Flegeljahre kommt – als dreifacher Familienvater kann ich da gut mitreden –, so hoffe ich doch sehr, dass unser Domradio für immer mehr Menschen ein „guter Draht nach oben“ wird. 11.6.10/FK

ZITIERT

WDR anno 2010: Hallo H-Party

„Menschen! Pferde! Emotionen! Die WDR 2 Hausparty geht ins Rennen. Am 3. Juli auf der Rennbahn in Krefeld. Tanzen, grillen, feiern. Drinnen und draußen. Ihre Gastgeber: Die WDR-2-Jockeys Heike Knispel und Stefan Quoos. Wir satteln schon mal unsere Ponys. Und machen Ihnen die Lena. Wir wollen Krefeld tanzen sehen! Die WDR 2 Hausparty: Samstag, 3. Juli, auf der Rennbahn in Krefeld! Karten überall im Vorverkauf, auf wdrshop.de und an der WDR-2-Hotline 0221 56789222. Infos auf wdr2.de. Die WDR 2 Hausparty. Nur mit WDR 2 – Der Sender!“

Aktueller PR-Trailer aus dem Hörfunkprogramm WDR 2

11.6.10/FK