

## Es gilt das gesprochene Wort

### **Erzbischof Joachim Kardinal Meisner Ansprache zur Verabschiedung von Prälat Erich Läufer als Chefredakteur der Kirchenzeitung am 11. Januar 2007 im Maternushaus Köln**

Lieber Herr Prälat Läufer,  
sehr geehrte Damen und Herren!

1. Wir sind heute hier zusammengekommen, um Prälat Erich Läufer als Chefredakteur unserer Kirchenzeitung zu verabschieden. Das ist zuallererst ein Akt der Danksagung, und zwar zunächst Gott gegenüber. Wir sind eigentlich heute alle hier, um Ihnen ein Helfer in dieser Danksagung zu sein. Im gesegneten Alter von 79 Jahren haben Sie die verantwortungsvolle Aufgabe eines Chefredakteurs unserer Kirchenzeitung aus der Hand gegeben. Der Apostel Paulus fragt: „Was hast du, das du nicht empfangen hättest?“ (1 Kor 4,7). Keiner von uns konnte sich selbst verursachen, und die Gaben, die ihm ins Leben mitgegeben worden sind, aussuchen. Alles ist von einem anderen gegeben und verursacht. Ihm, Gott, danken wir, dass er Sie der Welt und unserem Erzbistum Köln geschenkt hat.

Seit 54 Jahren dienen Sie als Priester dem Herrn und seiner Kirche im Erzbistum Köln. An sehr verschiedenen Stellen haben Sie als Kaplan gearbeitet und später, von 1964 bis 1987, das sind geschlagene 23 Jahre, als Religionslehrer in der Berufs- und Fachschule in Düsseldorf gewirkt. Sie haben wirklich eine Leuchtspur des Glaubens und der Freude an Gott und seiner Kirche hinterlassen: von Ihrer ersten Kaplansstelle in St. Engelbert in Essen an bis hin zur Berufs- und Fachschule in Düsseldorf.

Von 1984 an haben Sie als Geistlicher Beirat an unserer Kirchenzeitung mitgearbeitet und sie dann 1989 als Chefredakteur übernommen. 17 Jahre haben Sie diese wichtige Aufgabe mit viel Segen für unser Erzbistum, für die Gläubigen und unsere Gemeinden erfüllt. Dazwischen waren Ihnen immer noch Sonderaufgaben anvertraut, so wie die eines Subsidiars an St. Joseph in Leverkusen-Manfort, als Präses der Deutschen Schützenbruderschaft im Bezirksverband Rhein-Wuppertal-Leverkusen und von 1978 bis 1993 als Lehrbeauftragter für die neutestamentliche Exegese im Erzbischöflichen Diakoneninstitut und schließlich sind Sie in verantwortlicher Stelle dem Deutschen Verein vom Heiligen Lande bis jetzt noch eng verbunden.

Als Ihr Bischof habe ich allen Grund, Gott, dem Geber aller guten Gaben, zu danken, dass er Sie mit so vielen Talenten ausgestattet und Ihnen die Gnade gegeben hat, bis ins hohe Alter hinein in geistiger Frische mit diesen Charismen und Begabungen auch wirklich zu wuchern. Ich will dem lieben Gott nicht vorausgreifen, aber von den 5 Talenten, die Sie mitbekommen haben, bringen Sie mehr als 5 zurück.

Und darum gilt an zweiter Stelle nach Gott der Dank aber auch Ihnen. Als Ihr Bischof konnte ich mich immer ganz und gar auf Sie verlassen. Sie haben in hoher Verantwortung die wichtige und nicht ganz leichte

Aufgabe des Chefredakteurs 17 Jahre lang erfüllt und unserem Kirchenblatt ein hohes Ansehen in der Erzdiözese Köln und weit darüber hinaus verliehen. Ich selbst schicke unsere Kirchenzeitung in viele Länder des früheren Ostblocks, und ab und an bekomme ich mit der Eingangsbestätigung auch den Hinweis: Am liebsten lesen wir, was Erich Läufer geschrieben hat. Es hilft uns in unserem pastoralen Alltag und lässt uns erahnen, was auf uns zukommen wird, wenn wir ebenfalls westliche Verhältnisse bekommen.

Lieber Herr Prälat, ich möchte Sie auch herzlich bitten, soweit es in Ihrer Kraft steht, sich immer wieder durch den einen oder anderen Artikel in unserer Kirchenzeitung bei unseren Lesern zu melden, dass sie ab und an einen Erich Läufer in die Hände bekommen. Mir liegt an einer wirklichen Kontinuität bei unserer Kirchenzeitung, und ich bitte sehr um Ihren helfenden Rat unserem neuen Chefredakteur, Herrn Stephan Georg Schmidt, gegenüber.

Als ich 1980 Nachfolger des großen Kardinals Alfred Bengsch wurde, sagte mir ein Mitbruder in Erfurt: „Du tust uns Leid. Bei dir erfüllt sich nicht das Wort: Es geht nichts über einen schlechten Vorgänger. Du wirst also im Schatten deines Vorgängers leben müssen“. Ich hatte damals sofort beschlossen, nicht in seinem Schatten, sondern in seinem Licht zu leben. Das ist mir sehr gut bekommen. In Köln ging mir das ebenfalls so. Hier traf auch das Wort nicht ein: Es geht nichts über einen schlechten Vorgänger, sondern in Kardinal Joseph Höffner habe ich einen großartigen Vorgänger gehabt. Ich habe auch hier von Anfang an nicht in seinem Schatten gelebt, sondern in seinem Licht und habe überall, wo ich konnte, ihn immer wieder ins Licht gerückt, ihn zitiert. Und das ist mir bis zu dieser Stunde gut bekommen.

Darum wird auch Ihr Nachfolger, Herr Schmidt, nicht in Ihrem Schatten leben, sondern in Ihrem Licht. Die Aufgabe, dem Volke Gottes aus dem Glauben heraus Orientierung zu geben, ist so groß, dass wir alle Kräfte einsetzen sollten, um diesem Ziel wirklich gerecht zu werden. Die Menschen, die unsere Kirchenzeitung beziehen, haben wirklich einen Anspruch darauf!

2. „Jede Wahrheit braucht einen Mutigen, der sie ausspricht.“ Selten habe ich in jüngster Zeit einen tiefsinnigeren Werbespruch gelesen als diesen, den eine deutschlandweite bekannte Boulevardzeitung kürzlich auf die Plakatwände geklebt hat. Schade nur, dass mit diesem intelligenten Satz dann so schreckliche Banalitäten und Taktlosigkeiten als Wahrheiten verkauft wurden, wie sie sich höfliche Menschen im normalen Umgang nicht herausnehmen würden. Man hätte sonst diese Weisheit fast für den Geistesblitz eines wirklich philosophischen Kopfes halten können:

„Jede Wahrheit braucht einen Mutigen, der sie ausspricht.“ Trotzdem möchte ich diesen Satz als Grundaussage nehmen für das, was ich Ihnen heute über die Aufgabe kirchlicher Medien sagen möchte. Denn das Zusammenspiel von Wahrheit und Mut ist ein konstitutives Element jeder modernen Öffentlichkeitsarbeit im Namen Jesu Christi und seiner Kirche.

Wir dürfen mit einigem Recht behaupten, dass die Kirche die größte und älteste Medienagentur der Erde ist – und die erste mit globalem Anspruch, lange bevor die weltumspannenden Fernsehkonzerne entstanden sind. Öffentlichkeitsarbeit gehört zur kirchlichen Sendung, seitdem Jesus Christus seine Werkstatt in Nazareth verließ und anfang, predigend durchs Land zu ziehen.

Sein Missionsauftrag: „Geht zu allen Völkern, und macht alle Menschen zu meinen Jüngern“ (Mt 28,19), lässt an Deutlichkeit nichts zu wünschen übrig, und er ist von größtem öffentlichen Interesse, denn die Rede ist von ganzen Völkern – Publizität ist durchaus gewünscht, wie der Herr auch an anderer Stelle seinen Jüngern einschärft: „Was ich euch im Dunkeln sage, davon redet am hellen Tag, und was man euch ins Ohr flüstert, das verkündet von den Dächern“ (Mt 10,27). Fast möchte man diesen Satz als prophetische Vorwegnahme unserer heutigen Medienwelt ansehen mit all den Antennen und Satellitenschüsseln auf unseren Dächern, über die pausenlos die ganze Welt in unsere Wohnzimmer kommt.

Für die Apostel Jesu Christi ist von Anfang klar, was sie zu tun haben. „Wir können unmöglich schweigen über das, was wir gesehen und gehört haben“, sagen Petrus und Johannes bei ihrer Vernehmung vor dem Hohen Rat (Apg 4,20), und sie alle, insbesondere der hl. Paulus, nutzen ausgiebig die ihnen zur Verfügung stehenden Medien der Zeit, um das Evangelium in fast die ganze damals bekannte Welt zu tragen. Sie reisen umher, treten auf öffentlichen Plätzen auf und schreiben Briefe.

Jedes neue Medium, das erfunden wird, dient früher oder später auch der Kirche für die Verkündigung. Das scheint mir eine Grundgesetzmäßigkeit durch alle Epochen hindurch zu sein, so dass man mit einigem Recht sagen kann: Kirchen- und Mediengeschichte sind aufs engste miteinander verwoben. Ich erwähne nur den Buchdruck (das erste gedruckte Buch war immerhin die Bibel), die Zeitungspressen und den Rundfunk. In jüngster Zeit kommt natürlich noch das Internet hinzu, das der Kirche ganz neue Möglichkeiten der Evangelisation geschenkt hat. Im weitesten Sinne wären hier auch die Musik und die bildende Kunst zu nennen, die gleichsam medial in den Dienst der Frohen Botschaft gestellt sind, um die Herzen der Menschen zu Gott zu erheben oder sie in bildlich-meditativer Form mit dem Kerngehalt des christlichen Glaubens vertraut zu machen.

Aber wie gesagt: Die Kirche hat das alles nicht aus sich selbst heraus – es ist ihr vielmehr von ihrem Gründer Jesus Christus so vorgegeben; sie kann und sie darf gar nicht anders als missionarisch sein. „Weh mir, wenn ich das Evangelium nicht verkünde!“ ruft der Apostel Paulus aus (1 Kor 9,16), und das gilt für uns heute noch genauso.

Wir haben gar keine andere Wahl. Wollten wir aufhören, „den Völkern“ die Wahrheit der Frohen Botschaft zu verkünden, dass der dreifaltige Gott in Jesus Christus Mensch geworden ist und uns erlöst hat, verlören wir im selben Moment als Kirche jegliche Existenzberechtigung. Wir haben auch nicht das Recht, uns irgendwelche Alternativbotschaften auszusuchen. Die Kirche ist kein Wirtschaftsunternehmen, das heute für dieses Produkt und morgen, wenn der Markt gesättigt ist oder die Mode gewechselt hat, für ein anderes Werbung macht – sie hat nur die eine Botschaft, die sie von Gott erhalten hat, und die darf sie nicht aus den Augen verlieren, egal worum es auch im konkreten Einzelfall gerade gehen mag.

Das heißt nicht, dass in jedem Leitartikel und jeder Pressemitteilung das Glaubensbekenntnis aufgesagt werden muss, doch möchte ich die Frauen und Männer, die in der kirchlichen Öffentlichkeitsarbeit Verantwortung tragen, an dieser Stelle daran erinnern, dass sie in besonderer Weise dazu berufen sind, Zeugen zu sein in dem Sinne, wie es der Apostel Petrus ausdrückt: „Seid stets bereit, jedem Rede und Antwort zu stehen, der nach der Hoffnung fragt, die euch erfüllt“ (1 Petr 3,15).

Mein Wunsch ist darum, dass unsere Öffentlichkeitsarbeit von der Art sei, dass Fragen nach der tieferen Begründung unseres Tuns tatsächlich gestellt werden. Dazu müssen wir davon überzeugt sein, dass wir der Welt nicht nur irgendeine Wahrheit mitzuteilen haben, sondern dass wir ihr den bringen, der sich selbst als „der Weg, die Wahrheit und das Leben“ offenbart hat (Joh 14,6).

In diesem Zusammenhang möchte ich zitieren, was schon Papst Pius XI. im Jahr 1923 über den hl. Franz von Sales gesagt hat, als er ihn zum Patron der katholischen Journalisten und Schriftsteller machte. Aus dem Beispiel des heiligen Bischofs leitet der Papst „klare Verhaltensmaßregeln“ für die Öffentlichkeitsarbeiter der Kirche ab: „gründliches Studium der katholischen Lehre; keine Entstellung noch auch Abschwächung oder Bemäntelung der Wahrheit, angeblich um den Gegner nicht zu verletzen; sorgfältige Pflege der sprachlichen Form und einer stilvollen und klaren Einkleidung der Gedanken, so dass die Leser an der Wahrheit Gefallen finden“ – und Kontroversen sollten „stets in der Weise“ ausgetragen werden, „dass die ehrliche Absicht und die Nächstenliebe als innerster Beweggrund sichtbar werden“ (Enz. Rerum omnium 33).

Mit diesem anspruchsvollen Programm schließt sich der Kreis meiner grundsätzlichen Betrachtung über die kirchliche Öffentlichkeitsarbeit, denn es ist unbestreitbar, dass man großen Mut und bisweilen auch starke Nerven dazu braucht, um für die Wahrheit der christlichen Botschaft einzutreten und diese auch im oftmals hektischen Alltag der Medien gegen vielfältige Angriffe zu verteidigen.

3. „Jede Wahrheit braucht einen Mutigen, der sie ausspricht.“ Die Kirche kann in der heutigen Medienwelt auf solche mutigen Zeugen keinesfalls verzichten. Aber es kommt nicht nur auf Mut und Überzeugung an, sondern auch darauf, dass die kirchlichen Öffentlichkeitsarbeiter in punkto Professionalität stets auf Augenhöhe mit ihren säkularen Kollegen sind. Denn nur dann, wenn sie – salopp gesagt – ihren Job gut machen, können sie sich den beruflichen Respekt erwerben, der eine der wichtigsten Voraussetzungen für ein wirksames Apostolat in den Medien und anderswo ist.

Was heißt das nun konkret für unser Erzbistum? In den letzten Wochen war in der Öffentlichkeit verschiedentlich von einer „Gleichschaltung“ der Kirchenzeitung und der Pressestelle in unserem Generalvikariat die Rede, nachdem wir uns entschlossen hatten, die beiden Leistungsaufgaben des Pressesprechers und des Chefredakteurs in einer Person zu vereinigen. Gegen diesen Vorwurf ist aus meiner Sicht vor allem zweierlei einzuwenden:

Erstens: Die beiden Positionen bleiben als getrennte Funktionen erhalten. Das ergibt sich schon allein aus der Tatsache, dass jede von ihnen jeweils eine andere Zielgruppe zu bedienen hat.

Der Pressesprecher muss sich in erster Linie als Dienstleister und Vermittler sehen zwischen den Frauen und Männern in den Medien einerseits und dem Erzbistum andererseits. Ich erwarte von ihm, dass er einen kurzen Draht zu den Journalisten hat, sodass Informationen in beiden Richtungen rasch und zuverlässig ausgetauscht werden können. Insofern ist der Pressesprecher natürlich das Sprachrohr des Erzbischofs – aber auch mehr: er ist in gewisser Weise zugleich ein Sprachrohr der Medien gegenüber dem Erzbischof, indem er diesem die Anliegen, Fragen und Wünsche der Journalisten nahe bringt. Dies gilt umso mehr, wenn der Pressesprecher selbst einer von ihnen ist. Davon verspreche ich mir für das Verhältnis zwischen Medien und Bistum sehr viel.

Der Chefredakteur der Kirchenzeitung hingegen hat die Aufgabe, das kirchliche Leben der Erzdiözese in seinen vielen Facetten in seinem Blatt abzubilden. Darüber hinaus werden sich auch weltkirchliche und gesellschaftliche Themen unterschiedlichster Art in der Kirchenzeitung widerspiegeln, wie es sich bei einem so internationalen und vitalen Erzbistum wie dem unsrigen gehört. Maßstab ist die Verbundenheit mit dem Erzbischof und dem Papst. Aus dieser Verbundenheit heraus wird der Chefredakteur auch selbst als Kommentator immer wieder den Blick auf die politische und soziale Aktualität richten, sodass unsere Kirchenzeitung weiterhin ihr klares Profil als katholische Stimme auch außerhalb der engeren kirchlichen Öffentlichkeit behält.

Die beiden Aufgaben sind also klar umrissen und getrennt. Schon deshalb geht der Vorwurf der Gleichschaltung ins Leere.

Das zweite Gegenargument ergibt sich aus dem vorhin Gesagten. Gleichschalten kann ich nur Dinge, die prinzipiell nicht zusammen gehören. In der kirchlichen Öffentlichkeitsarbeit, wie wir sie hier im Erzbistum weiterentwickeln wollen, funktioniert jedoch die unter weltlichen Journalisten hoch gehaltene Trennung der beiden Schreibtischseiten nur begrenzt. Die Kirchenzeitung ist nicht dazu da, eine Gegenöffentlichkeit zum Erzbischof herzustellen. Das war bisher ihre Rolle nicht, und das wird sie selbstverständlich auch in Zukunft nicht sein. Sie steht nun einmal in einem besonderen Loyalitätsverhältnis zum Erzbischof. In noch größerem Maße trifft das natürlich auf die Pressestelle zu.

Um diese ohnehin parallel gerichteten Kräfte zu bündeln und so den Auftrag Jesu Christi noch besser zu erfüllen, haben wir uns deshalb hier in Köln entschlossen, in neuen Kategorien zu denken. Wenn wir das, was wir in und mit den Medien tun, – um mit den Worten unseres neuen Chefredakteurs und Pressesprechers zu sprechen – als „Publicity für das Himmelreich“, also als einen zeitgemäßen und selbstbewussten Beitrag zur Neuevangelisierung unserer Gesellschaft verstehen wollen, dann muss das *sentire cum ecclesia* – sprich: das Fühlen und Leben mit der Kirche – gerade in den nach außen wirkenden Funktionen noch mehr zur Entfaltung kommen. Trennungen nach Schreibtischseiten wirken da eher künstlich und hinderlich, wenn wir erkennen, dass doch alles, was wir in der Öffentlichkeitsarbeit leisten, aus einer Quelle gespeist ist.

Das heißt nicht, dass wir vor Schwierigkeiten und änderungsbedürftigen Verhältnissen im Leben der Kirche unsere Augen verschließen und alles vom Tisch wischen, was uns ungelegen kommt. Mit den Anfragen der kritischen Öffentlichkeit, die uns umgibt, werden wir uns, sofern es dabei fair und menschlich zugeht, auch weiterhin auf den passenden Foren auseinandersetzen. Schließlich sind dies oftmals auch große apostolische Chancen für die Kirche.

Unsere eigene Öffentlichkeitsarbeit muss jedoch zunächst geprägt sein von dem Prinzip des Zeugnisgebens. Hier vor allem ist die Synergie zu suchen, von der in der letzten Zeit die Rede war: durch ein noch engeres Zusammenwirken all jener medialen Aktivitäten, die die Kirche von Köln entfaltet, um denen, die zu ihr

gehören, sowie allen anderen Menschen guten Willens die Frohe Botschaft zu verkünden, ohne die alles, was wir reden und schreiben, nur Schall und Rauch wäre.

Mit der Neuordnung der Öffentlichkeitsarbeit haben wir hier in Köln einen Weg eingeschlagen, der viel Mut, hohen Einsatz und festen Glauben erfordert. Und sicher muss sich vieles, was wir uns jetzt vielleicht schon wünschen, erst mit der Zeit noch entwickeln.

Ich bitte Sie alle deshalb, all jene, die für diesen Prozess Verantwortung tragen und daran mitwirken, mit ihrem Gebet und ihrer Hilfe zu begleiten. Das gilt insbesondere für Herrn Stephan Georg Schmidt, dem ich diese Doppelaufgabe anvertraut habe.

+ Joachim kardinal Meisner  
Erzbischof von Köln