

„Wort zum Sonntag“ – bald rund um die Uhr?

Von ROCCO THIEDE

Bonn – Inhalte statt Berieselung. Orientierung statt Beliebigkeit. Gespräch statt mediale Einbahnstraße. Unter dieser „Dreifaltigkeit“ wollte das erste christliche Vollprogramm, Radio Campanile, pünktlich zum Papstbesuch in Deutschland zu hören sein. Doch finanzielle Probleme, versichert Geschäftsführer Jürgen Bringmann von „Katholiken im Rundfunk e.V.“, verhinderten einen pünktlichen Start im Einklang mit dem Heiligen Vater.

Also wirbt um Gottes Willen der Förderverein bei seinen etwa 10 000 Mitgliedern und Freunden weiter um Spenden, so daß endlich auf Sendung gegangen werden kann. Es ist einfach noch nicht genug Geld vorhanden, heißt es aus der Bonner Zentrale der Verwaltungsgesellschaft des Radios; etwa ein Viertel des Startkapitals fehlt noch. Und mit Bedauern konstatiert man, daß es leichter war, eine Lizenz für den „Campanile“ (Glockenturm) zu erhalten, als nun über Astra und die Frequenzen des Deutschen Sportfernsehens an die Ohren der Hörergemeinde zu gelangen.

Hörfunk aus christlicher Verantwortung möchte Radio Campanile sein. Um sich von den mehr als 300 deutschsprachigen Rundfunkprogrammen in Europa abzuheben, sollen aktuelle Nachrichten „wahrheitsgetreu verbreitet“ und „von einem christlich geprägten Weltbild aus“ kommentiert und dargestellt werden.

„Wir haben 40 Millionen potentielle Hörer in Deutschland, Österreich und der Schweiz“, sagt Bringmann. Vier Millionen könnten zu Stammhörern werden, und weil es eine außergewöhnlich genau zu fassende Zielgruppe gebe, sei man für Werbekunden besonders attraktiv. So ermittelte ein Münchner Wirtschaftsforschungsunternehmen, daß aus Sicht der Werbebranche eine Million Hörer reichen, um Radio Campanile finanziell zu tragen.

Doch um dem Sender Unabhängigkeit zu sichern, kauft Radio Campanile schon jetzt Werbezeiten zurück. Mit 20 Redakteuren sollen aus einem Studio in Ludwigshafen die Sendungen produziert werden. Neben aktueller Information aus Weltpolitik, Wirtschaft und Kirche, kommen auch Sport, Kultur und Wetter im Programmprofil vor. Die Hörer gestalten im Gespräch mit Experten die Sendein-

heiten kräftig mit. Und nicht zuletzt soll das Radio ein Forum für Verbände, Hilfswerke, soziale Einrichtungen und Initiativen werden, die die Öffentlichkeit suchen und brauchen.

Die Macher des neuen Senders sehen sich als bewußte Alternative zum Boulevardradio. Nicht eng moralisierend, sondern offen „mit einer optimistisch positiv geprägten Leitlinie“ sollen die Nöte und Sorgen der Menschen im Mittelpunkt der Beiträge stehen. Kontroverse Meinungsbildung ist dabei gefragt, und Geschäftsführer Bringmann kann sich durchaus Abtreibungsbefürworter oder Sympathisanten des Brandenburger Ethikunterrichts in den Talk-Runden vorstellen.

Neben Informationen aus der Weltkirche, die mit Übernahmen deutschsprachiger Sendungen von Radio Vatikan realisiert werden sollen, hat auch der Gedanke der Ökumene nach Vorstellung der „Katholiken im Rundfunk“ seinen Platz im Sendeschema. Wenn Radio Campanile auf „Lücke“ setzt, dann auch bei der Musikauswahl: Von Jazz bis Volksmusik über Country und Klassik sollen viele Musikfarben vertreten sein.

Im Nachbarland Polen unterhält die katholische Kirche bereits über 60 meist lokale Radiostationen. Vor diesem Hintergrund ist für viele katholische Christen in Deutschland ein privatrechtlicher Sender, der über Gott und die Welt berichtet, längst überfällig.

Hermann Josef Spital, der als Medienbischof bekannte geistliche Trierer Würdenträger und Koordinator der amtskirchlichen Presse- und Medienarbeit begrüßt wie auch die Bischofskonferenz die Privatinitiative von Radio Campanile. „Wir sehen diese Entwicklung mit großem Wohlwollen“, sagt Spital, „aber finanziell unterstützen können wir sie nicht, weil wir im öffentlich-rechtlichen Rundfunk vertreten sind und uns nicht selbst Konkurrenz machen wollen.“ Auch könnte nach Auskunft von Bischof Spital die katholische Kirche keinen eigenen Sender finanzieren.

Wann das neue Zeitalter vom Dudel- zum Bibelfunk eingeläutet wird, ist offen. Um den Sendebetrieb zwei Jahre lang durchzuhalten, ist eine finanzielle Basis von 6,9 Millionen Mark notwendig. „Doch wir sind guter Hoffnung, im Hochsommer auf Sendung zu sein“, glaubt Bringmann.