

Jahresbericht 2022 – Bericht des Präsidenten

Der Vorstand hat sich im Geschäftsjahr 2022 mit den Erwartungen der Auftraggeberinnen und Anspruchsgruppen auseinandergesetzt. Dabei ging es um die publizistische Leistung sowie um die Formen der Berichterstattung von kath.ch. In einer Mediation, die sich über das Jahr 2022 erstreckte, haben sich die SBK, die RKZ und das Medienzentrum mehrmals getroffen und offene Fragen geklärt.

Mediation durchgeführt und mit einer gemeinsamen Erklärung abgeschlossen

Das Ergebnis der Mediation wurde in einer gemeinsamen öffentlichen [Stellungnahme](#) im Dezember 2022 publiziert. Hier wurde unter anderem festgehalten: «Im Rahmen der Mediation haben sich SBK, RKZ und das Medienzentrum darauf verständigt, dass ein Spannungsfeld von redaktioneller Unabhängigkeit und Loyalität gegenüber den kirchlichen Auftraggebern systemimmanent ist. Auch haben die Auftraggeber ihre Wertschätzung für die Arbeit von kath.ch ausgedrückt und anerkannt, dass kath.ch unter der Redaktionsleitung von Raphael Rauch an Relevanz deutlich zugelegt und das Portal in einem disruptiven Medienumfeld an Profil gewonnen hat.»

Neue Leistungsvereinbarung 2023–2026 ist unter Dach und Fach

Bereits im ersten Quartal des Berichtsjahres haben sich die drei Medienzentren von Lausanne, Lugano und Zürich auf gemeinsame strategische Ziele geeinigt. Diese übergreifenden Ziele beinhalten:

1. Sichtbarkeit der katholischen Kirche in der Schweiz stärken
2. Multi-Channel-Strategie entwickeln
3. Doppelstrategie in Kooperation mit der SRG weiterverfolgen
4. Digitale Glaubenskommunikation fördern
5. Auf gemeinsame publizistische Produkte fokussieren
6. Gemeinsame Marke mit der App «cath+kath+catt» weiterentwickeln
7. Technische Dienste und Beratung unterstützen digitale Kommunikationsaufgaben der Kirche

Der Vorstand verabschiedete die neue Strategie, d.h. Ziele, Anspruchsgruppen, Innovation und Produktentwicklung am 17. März 2022. Sie bildete die Grundlage für die Verhandlungen mit den Auftraggeberinnen der nationalen Mitfinanzierung über eine neue Leistungsvereinbarung 2023–2026.

Im Dezember des Berichtsjahres haben der Präsident und der Direktor die neue Leistungsvereinbarung für die kommenden vier Jahre unterschrieben.

Neue Schwerpunkte in der Innovation

Die Strategie 2023–2026 beinhaltet zwei neue Schwerpunkte, die die Produktentwicklung prägen. Einerseits gibt es die **digitale Glaubenskommunikation**. Sie wird vor allem in Kooperation mit dem Bistum Basel vorangetrieben. Innerhalb des Medienzentrums verantworten Sibylle Hardegger und Charles Martig diese neuen Formen der Kommunikation. Ein Erfolg war beispielsweise der [digitale Adventskalender](#).



kath.ch

katholisches medienzentrum

Im Zuge der digitalen Transformation der katholischen Kirche erfährt die Glaubenskommunikation eine radikale Veränderung. Neben der traditionellen Verkündigung entwickeln sich neue Kommunikationswege über den Glauben im digitalen Raum. Digitale Glaubenskommunikation hat den Anspruch, dialogisch und interaktiv zu sein. Sie basiert auf persönlichen Erfahrungen und den daraus resultierenden Fragen zum Glauben und lebt deshalb wesentlich von der Beteiligung der User:innen. Das Medienzentrum fördert diese öffentliche digitale Glaubenskommunikation in der katholischen Kirche der Schweiz, indem es Plattformen zur Verfügung stellt, Menschen vernetzt, Dialoge moderiert, thematische Inputs produziert und neue Formate fördert. Diese Form der Glaubenskommunikation öffnet den digitalen Raum für eine zeitgemässe Communio-Erfahrung.

Im Bereich der **journalistischen Innovation** gibt es den Schwerpunkt [Podcast](#), der vom Vorstand hoch priorisiert wird. Zum Aufbau dieses Projekts hat das Medienzentrum mit Sandra Leis eine Podcast-Produzentin und Host angestellt. Der neue katholische Podcast soll in der ersten Jahreshälfte 2023 starten. – Weitere Schwerpunkte sind hier der Aufbau einer neuen Videostrategie und eine gestärkte Präsenz auf der Social-Media-Plattform Instagram.

Neues Führungsmodell mit Chefredaktor eingeführt

Aufgrund des Abgangs von Raphael Rauch, der per Ende März 2023 zum «SonntagsBlick» wechselte, hat der Vorstand ein neues Führungsmodell diskutiert und eingeführt. Das neue Führungsmodell geht vom Grundgedanken aus, dass die Führung der Redaktion kath.ch verschlankt wird. Diese Vereinfachung führt dazu, dass die Funktionen des Direktors und Chefredaktors in einem 100 Prozent-Pensum konzentriert werden. Das neue Modell führt zu folgenden Ergebnissen:

1. Direktor und Chefredaktor sind neu in einer Funktion zusammengefasst.
2. Die Rolle Chef:in vom Dienst (CvD) wird neu geregelt.
3. Es gibt keine Redaktionsleitung mehr, d.h. diese Funktion fällt weg.
4. Die Redaktion ist in der täglichen Redaktionsarbeit direkt der CvD und dem Chefredaktor unterstellt.
5. Alle übrigen Geschäftsfelder wie zum Beispiel «Radio und Fernsehen», «Technik und Beratung» sowie «Administration» werden in Stabsstellen organisiert.

Die publizistische Gesamtleitung untersteht neu dem Chefredaktor. Charles Martig hat diese neue Funktion Ende März 2023 angetreten. Er ist als Direktor des Medienzentrums etabliert und verantwortet jetzt auch die [Chefredaktion](#). Jacqueline Straub und Regula Pfeifer sind die Chefinnen vom Dienst. Die Umsetzung des neuen Modells ist in Gang gesetzt und wird bis Anfang 2024 dauern.

Personelle Entwicklungen

Im Jahr 2022 verliessen Ueli Abt und Eva Meienberg die Redaktion kath.ch. Für sie kamen Wolfgang Holz und Sarah Stutte neu in die Redaktion und arbeiteten sich sehr schnell in den Online-Journalismus ein. Zudem kündigte der Redaktionsleiter Raphael Rauch gegen Jahresende seine Stelle und wechselte im März 2023 zum SonntagsBlick.

Bei der Rekrutierung von neuen Kräften war der Direktor auch im ersten Quartal 2023 erfolgreich. Sandra Leis, ehemals Redaktionsleiterin bei SRF, wechselte auf 1. Februar 2023 zu kath.ch und erhielt den Auftrag zum Aufbau eines katholischen Podcast. Zudem konnte kath.ch die Historikerin Annalena Müller als Online-Redaktorin einstellen.

Der Präsident dankt den bisherigen Redaktor:innen für ihr Engagement und heisst die neuen Kräfte herzlich willkommen. Die Redaktion ist für die Zukunft gut aufgestellt.

Kennzahlen für 2022 zeigen ein sehr erfolgreiches Jahr – Zielgruppe wird jünger

Die Neuausrichtung von kath.ch mit der Positionierung «katholisch – aktuell – relevant» geht erfolgreich weiter. Im Jahr 2022 hat **kath.ch** erstmals die Schallmauer von 2 Millionen aktiven Nutzer:innen durchbrochen. Genau gezählt sind es 2'024'555 Unique User, die kath.ch aufgerufen haben. Mit rund 4 Millionen Besuchen auf dem Webportal wurde eine bemerkenswerte Sichtbarkeit erzielt. Die durchschnittliche Sitzungsdauer liegt bei 1 Minute und 35 Sekunden. Zudem ist auf Google Analytics deutlich zu erkennen, dass die jüngeren Zielgruppen vermehrt auf kath.ch gehen. Die Segmente der 25 bis 34jährigen (15 %) und 35 bis 44jährigen (17 %) haben stark aufgeholt gegenüber 65+ (20 %). Unsere stärkste Zielgruppe sind mit 20.8 % die 45 bis 55jährigen.

Der **YouTube-Channel kath.ch** – inklusive der underkath.ch-Videos für die jugendliche Zielgruppe – generierte im Jahr 2022 rund 250'000 Aufrufe und erzielte eine kumulierte Wiedergabezeit von über 7'000 Stunden. Vor allem der Abschiedsgottesdienst der Theologin Monika Schmid mit über 22'000 Aufrufen und Teil 5 der Glockenserie mit 4'000 Aufrufen seien hier hervorgehoben. Im ersten Quartal 2023 erzielte das Video über die Bestattung von Papst Benedikt XVI. in der Krypta des Petersdoms einen Spitzenwert von 140'000 Aufrufen. Zudem läuft auf dem kath.ch-Kanal die neue Videoserie «So geht katholisch». Diese Erklärvideos kommen bei der Zielgruppe sehr gut an, zum Beispiel «Das geht in der katholischen Kirche» mit über 6'000 Aufrufen. Kurze animierte Erklärvideos sind ein Format, das auf YouTube sehr gut funktioniert. Es geht dabei um die einfache und verständliche Vermittlung von katholischen Basics.

Zusammenarbeit mit SRF und «Digitale Glaubenskommunikation»

Sibylle Hardegger hat sich als neue Beauftragte für Radio und Fernsehen etabliert. Sowohl zum Schweizer Fernsehen und Radio SRF also auch zu den Bistümern der Deutschschweiz hat sie gute Beziehungen aufgebaut. Der Deutschschweizer Ordinarienkonferenz (DOK) berichtet sie halbjährlich über die aktuellen Entwicklungen.

Das Publikum des linearen Programms von SRF nimmt stetig ab. Davon mitbetroffen sind auch die kirchlichen Sendungen «Radiopredigt», «Wort zum Sonntag» sowie Gottesdienst-Übertragungen. Dafür steigen die Zahlen in den Online-Angeboten. Das Medienzentrum hat sich deshalb für eine Doppelstrategie entschieden: einerseits die Zusammenarbeit mit SRF, andererseits eigene digitale Angebote auf kath.ch.

Sibylle Hardegger ist zuständig für die Digitale Glaubenskommunikation. Ihr ist es im Jahr 2022 gelungen, in Zusammenarbeit mit Missio und der Inländischen Mission einen Live-Stream-Gottesdienst zum Thema «Friedensmission» auf die Beine zu stellen (kath.ch/live). Zudem hat sie in Kooperation mit dem Bistum Basel und dem Schweizerischen Katholischen Bibelwerk einen [digitalen Adventskalendar](#) entwickelt. Anfang 2023 gab es zudem drei digitale ZOOM-Abende mit der Fastenaktion zum Thema: «Am Hungertuch nagen.» Die Digitale Glaubenskommunikation ist ein Experimentierfeld für neue Formen. Sie ist dialogisch und erfahrungsorientiert im digitalen Raum unterwegs.

Technische Dienste haben neue App zum Fliegen gebracht

Die nationalen Technischen Dienste, die die Webplattform kath.ch-cath.ch-catt.ch betreiben, sind weiterhin ein starkes Angebot des Medienzentrums. Hier werden rund 500 kirchliche Kundinnen und Kunden betreut. Diese nutzen regelmässig Angebote wie Bannerwerbung, Job-Inserate, Online-Kampagnen, Mailserver- und Webseiten-Hosting. Die [Services von kath.ch](#) sind sehr gefragt.

Die [News & Play-App «cath+kath+catt»](#) wurde im August 2022 erfolgreich lanciert. Es handelt sich um ein nationales Innovationsprojekt der drei Medienzentren von Lausanne, Lugano und Zürich. Die App wird auf den Plattformen Android (Google) und iOS (Apple) angeboten. Die App wurde von den Informatikern der Nationalen Technischen Dienste (vor allem Daniel Bucher) programmiert. Der «look and feel» der App ist nahe am bestehenden Design der Webplattform und unterstützt damit die Marke der Medienzentren. Die App ist dreisprachig: deutsch, französisch und italienisch; aber auch offen für anderssprachige Katholikinnen und Katholiken. Neben den News aus den drei Redaktionen enthält sie auch Videos und Audiobeiträge aus der Produktion von SRF, RTS und RSI sowie aus der audiovisuellen Produktion von kath.ch, cath.ch und catt.ch; die Letzteren sind vor allem über YouTube eingespielt. Zum Zeitpunkt des Jahresberichts zählt die App rund 2000 aktive Geräte.

Die Beratung des Katholischen Medienzentrums konzentriert sich auf Themen wie Öffentlichkeitsarbeit, Digital Marketing und Krisenkommunikation für Kantonalkirchen und Verbände. Unter der Marke «[Kirche kommuniziert](#)» steht dieses ökumenisch ausgerichtete Angebot einem breiten Kreis von kirchlichen Organisationen und Non-Profit-Organisationen offen.

Erfolgsrechnung 2022 schliesst ausgewogen

Die Rechnung schliesst mit einem Ertrag von CHF 2'000'533 und einem Aufwand von CHF 2'004'017 ausgewogen. Dadurch erreicht das Medienzentrum ein leicht negatives Ergebnis von CHF -3484.

Weiterhin gut unterwegs sind die Einnahmen aus Inseraten. Es gab eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr. Der Ertrag aus Personalverleih ist viel höher als im Vorjahr. Ab März 2022 arbeitete Charles Martig zu 50 % für die Berner Landeskirche und war mit der Leitung eines Change-Projektes beauftragt. Dieses Mandat führt massgeblich dazu, dass die Erfolgsrechnung 2022 ausgewogen ist.

Die Zuweisungen der nationalen Mitfinanzierung in der Höhe von CHF 1'060'000 sind im Rahmen der Leistungsvereinbarung stabil. Für den Betrieb sind CHF 980'000 eingegangen, für die Strategische Direktions-Reserve sind es CHF 80'000. Die Direktions-Reserve wurde eingesetzt für externe Mandate im Digital Marketing, insbesondere für Suchmaschinen-Optimierung (SEO), Google-Ads-Kampagnen und Social-Media-Marketing; für Honorare von freien Mitarbeitenden zur Gestaltung von Webseiten sowie für neue Projekte beim Innovations-Schwerpunkt «Digitale Glaubenskommunikation».

Bei den Rückstellungen wurde eine Position von CHF 10'000 für Rechtsfälle gebildet. Das Medienzentrum benötigt diese Reserve für anstehende Verfahren. Diese Rückstellung ist der Grund für das leicht negative Ergebnis in der Erfolgsrechnung. – Der Verein ist dank der Rückstellungen und des vorhandenen Eigenkapitals weiterhin stabil aufgestellt.

Dank an die Mitarbeitenden und Vereinsmitglieder

Wir danken allen Mitarbeitenden und Gremienmitgliedern für die aktive und sehr engagierte Mitarbeit. Dieser Dank geht auch an die Auftraggeberinnen der nationalen Mitfinanzierung (RKZ / SBK) und an alle Vereinsmitglieder, die die Arbeit des Medienzentrums aktiv unterstützen und fördern.

Adrian Müller, Präsident

Charles Martig, Direktor und Chefredaktor

Zürich, 17. Mai 2023