

Crossmediale Nutzung ist das Gebot der Stunde

Hoffnung stiften mit Salz und Pfeffer

VON VERENA BIRCHLER

ERF Medien erscheinen ab dem 1. März mit einem neuen Logo und treten gleichzeitig etwas in den Hintergrund. Haupt-Produktmarke des Medienhauses im zürcherischen Pfäffikon wird zukünftig Life Channel sein. Damit wollen ERF Medien den Fokus der Aussenwahrnehmung verstärkt vom Unternehmen hin zum Produkt verschieben. Hinter diesem Prozess steht Denkarbeit, in welche die Geschäftsleitung von ERF Medien im vergangenen Jahr viel Energie investierte. Viele Fragen drehen sich um die veränderte Mediennutzung, um die Finanzierung und die schier grenzenlosen Möglichkeiten, Menschen mit den guten Werten der Bibel zu erreichen. Der Publizist Ludwig Hasler brachte diese Herausforderung auf den Punkt mit den Worten: «Die Welt wird komplizierter, auch turbulenter. Der Wandel gibt Gas. Und wir fragen, mal genervt, mal neugierig: Sind wir Piloten des Wandels – oder bloss Passagiere?» Für die Macher der Life Channel-Produkte ist klar, wir möchten Piloten sein. Wie dies gelingt, erläutert uns Hanspeter Hugentobler, Geschäftsführer von ERF Medien.

ERF Medien treten vermehrt in den Hintergrund, Life Channel wird zur Hauptmarke, egal ob es um Radio, TV oder das ehemalige Printmagazin antenne geht. Was hat zu diesem Entscheid geführt?



Wir erreichen immer mehr Menschen über unsere Internetkanäle. Auch bei unseren klassischen elektronischen Massenmedien wie unserem TV-Talk von FENSTER ZUM SONNTAG und unserem Radiosender Life Channel gibt es immer mehr Menschen, die nach der Erstausstrahlung unsere Sendungsinhalte über Internet abrufen. Das ist eine enorme Chance: Aufwändige TV- oder Radiosendungen werden so nicht nur einmal ausgestrahlt und vielleicht noch zwei- bis dreimal wiederholt, sondern unser Publikum kann eine Sendung jederzeit erstmals oder erneut hören oder sehen, wenn das entsprechende Thema in der persönlichen Lebenssituation

dran ist. Dabei steht jedem rund um die Uhr und weltweit unser komplettes Sendungsarchiv zu Glaubens- und Lebensfragen zur Verfügung.

Dieses Angebot bündeln wir zentral unter dem Label Life Channel. Alle unsere Inhalte, seien es TV- oder Radiosendungen, neue Videoinhalte, Artikel aus dem Magazin oder Inhalte aus den sozialen Medien, sind einfach auffindbar auf unserer digitalen Hauptplattform Life Channel.

Lifechannel.ch ist gewissermassen die «digitale Hausnummer», unter der Menschen in der Schweiz und weltweit jederzeit unsere Inhalte nach ihren Bedürfnissen suchen und geordnet nach Themenbereichen finden können.

In unser «digitales Haus der Guten Nachricht» gibt es verschiedene Eingänge: Nebst dem Haupteingang von lifechannel.ch gibt es beispielsweise eine Einstiegsseite für alle Fernseh-Zuschauerinnen und -Zuschauer, die uns vom FENSTER ZUM SONNTAG-Talk her kennen. Es gibt einen Eingang für unsere Hörerinnen und Hörer von Radio Life Channel, ebenso wie eine Seite für das ERF Plus-Publikum. Und selbstverständlich gibt es für alle, die uns vor allem unter unserer Dach-Marke ERF Medien kennen, ebenfalls eine entsprechende Seite mit einem umfassenden Überblick, welche Angebote und Marken wir als Medienunternehmen anbieten. Mit dieser Strategie wollen wir möglichst viele Menschen mit ihren jeweiligen Bedürfnissen erreichen, aber den Zugang zu den jeweiligen Angeboten möglichst einfach und direkt ermöglichen.

Was machen die Inhalte der ERF Medien-Produkte einzigartig? Es gibt so viele «Sinnagenturen», weshalb braucht es Life Channel?

erf
Medien

Life
Channel

Life
Channel
Radio

Life
Channel
Talk

Eine Website eröffnen und einige Texte aus christlicher Sicht hochladen – das kann heute jeder. Und ich freue mich über die Möglichkeiten mit, die das Internet gerade auch Christen und ihren Kirchen ermöglicht, auf günstige Art und Weise Inhalte zu verbreiten, die ihnen wichtig sind. Diese Angebote sind aber meist punktueller Art und betreffen nur ausgewählte Themen. Als Medienunternehmen, das sich seit 46 Jahren der Kommunikation der christlichen Botschaft in den

Medien verpflichtet weiss, stellen wir ein umfassendes Angebot von Inhalten zu Glaubens- und Lebensfragen bereit. «Glauben entdecken – Leben gestalten», lautet unsere Vision: Wir wollen Programme gestalten, durch die Menschen den christlichen Glauben

entdecken und ihr Leben auf dieser Grundlage gestalten können.

Wir tun dies auf der Basis der Bibel und überkonfessionell. Es ist uns wichtig, nahe bei den Menschen zu sein und keine unverständliche christliche Fachsprache zu verwenden. Der Reformator Luther sagte einmal, man müsse den «Leuten aufs Maul schauen», um zu wissen, wie man sich ausdrücken müsse. Unsere Inhalte sollen kreativ aufbereitet und positiv sein; was wir kommunizieren soll anregen, begeistern, motivieren, begleiten, Hoffnung stiften und «Salz und Pfeffer» für das Leben sein. Und alle unsere Arbeiten erledigen wir professionell und integer mit ausgebildeten Medienschaffenden, die den anerkannten journalistischen Standards verpflichtet sind. Wir haben eine Gute Nachricht, darum wollen wir diese auch auf gute

Sind wir Piloten des Wandels – oder bloss Passagiere?

WAS WIR KOMMUNIZIEREN SOLL HOFFNUNG STIFTEN UND «SALZ UND PFEFFER» FÜR DAS LEBEN SEIN.

Art und Weise kommunizieren. Nichts ärgert mich mehr als die Haltung «das reicht schon, es ist ja nur für die Kirche ...». Das Evangelium – die gute Nachricht von Gottes Liebe zu uns Menschen – hat es verdient, in einer guten Qualität kommuniziert zu werden. Und unser Publikum hat es verdient, in unseren Angeboten auf vielfältige und beste Art und Weise von dieser Liebe von Gott zu uns Menschen zu erfahren.

«Sind wir Piloten des Wandels – oder bloss Passagiere?» Die Medienvielfalt ist so riesig, was macht ERF Medien zum Piloten?

Als ERF Medien verfolgen wir bewusst eine aktive Zukunftsstrategie. Wir führen die bewährten elektronischen Medienkanäle, den TV-Talk von FENSTER ZUM SONNTAG und die Radiosender Life Channel und ERF Plus, nicht nur fort, sondern entwickeln sie aktiv weiter. Mit ihnen erreichen wir nach wie vor die allermeisten Menschen in unserem Land. Gleichzeitig entwickeln wir aber auch aktiv neue Produkte und nutzen neue Kanäle im Internetbereich. So haben wir einen Life Channel Talk-Stream lanciert, starten mit neuen Video-Serien und erweitern das Internetangebot stark. Wir bündeln alle unsere Inhalte thematisch und leicht auffindbar mit dem neuen Internetangebot lifechannel.ch.

Mit dieser Doppelstrategie «Bewährtes weiterführen – Neues wagen» sind wir auf gutem Weg in die Zukunft. Allerdings ver-

Das Evangelium – die gute Nachricht von Gottes Liebe zu uns Menschen – hat es verdient, in einer guten Qualität kommuniziert zu werden.

schweige ich nicht, dass dadurch die Herausforderungen für uns als ganzes Unternehmen und auch für die einzelnen Mitarbeitenden gestiegen sind. Mit gleich vielen oder gar weniger Ressourcen mehr Aufgaben stemmen zu müssen, ist keine einfache Aufgabe. Mit technischen Hilfsmitteln und dem stetigen Bemühen, Abläufe zu optimieren, versuchen wir Tag für Tag diese Herausforderungen zu bewältigen. Aber das betrifft ja nicht nur uns, sondern die gesamte Medienbranche. Und es gibt nichts Schöneres, als nach getaner Arbeit Rückmeldungen von Hörern oder Zuschauerinnen zu erhalten, die uns anvertrauen,

wie sie von unseren Sendungen bewegt wurden und was das in ihrem Leben ausgelöst hat.

Die Medienwelt verändert sich in einem unglaublichen Tempo. Da muss der Pilot schon wissen, wohin er steuert. Wie sehen die nächsten Schritte von ERF Medien aus?

Zum Stichwort «Bewährtes weiterführen»: Wir freuen uns, mit FENSTER ZUM SONNTAG nach der Vertragsverlängerung mit SRF in die nächste Phase der kommenden drei Jahre zu starten. Mit neuen Themen, bewegenden Gästen, einfühlsamer Moderation, gelebtem Glauben und dem enormen Privileg, zusammen mit Alphavision jedes Wochenende auf den Premium-Kanälen von SRF1, SRF zwei und SRF info



in Zehntausenden von Wohnzimmern in der Schweiz bei den Menschen zu sein – was will man mehr? Oder mit der immer besser werdenden Abdeckung der Deutschschweiz mit unseren Radioprogrammen Life Channel und ERF Plus: Bereits 95 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner der Deutschschweiz können unsere Programme empfangen. Und mit der kommenden Abschaltung von UKW werden noch mehr Menschen auf DAB-Digitalradio umsteigen und auf unsere Radioprogramme stossen.

Zum Stichwort «Neues wagen»: Ich bin begeistert über die neuen Projekte, die bei ERF Medien am Start sind. Das neue Medienportal lifechannel.ch stellt einen Quantensprung im Blick auf die Nutzungsmöglichkeiten unseres vielfältigen Inhaltsangebotes dar: Einfach und schnell findet man Audio-, TV-, Video- und Text-Beiträge zu den unterschiedlichsten Glaubens- und Lebensthemen. Ansprechend – persönlich – bewegend. Mit unterschiedlichen Zugängen für unterschiedliche Lebenslagen, Themenwünsche und Bedürfnisgruppen. Das Life Channel Magazin bringt in neuer Qualität und in gedruckter Form Texte aus dem Leben für das Leben und begleitet viele durch den Monat. Der Life Channel Talk-Stream liefert rund um die Uhr tief-schürfende Gesprächssendungen mit Gehalt. Neue Videoangebote gehen an den Start und ob in neuen Talks über den Glauben gesprochen wird, ob es um Fragen zu Partnerschaften geht oder ob Musik von Künstlern mit christlichen Werten vorgestellt wird – immer gilt: Wir wollen Impulse fürs Leben vermitteln, die geprägt sind von der Motivation, dass Gott uns Menschen liebt.

Das neue Medienportal lifechannel.ch stellt einen Quantensprung im Blick auf die Nutzungsmöglichkeiten unseres vielfältigen Inhaltsangebotes dar.

ERF Medien sind spendenfinanziert. Im vergangenen Jahr gab es rund eine halbe Million Franken Spenden zu wenig. Ein Grund, sich Sorgen zu machen?

Die Finanzierung von Medienangeboten bereitet heute der ganzen Branche grosse Sorgen. Vor allem werbefinanzierte Medienunternehmen leiden massiv unter den Werbeerlös-Einbrüchen – man schätzt, dass sich in den letzten Jahren rund eine Milliarde Schweizer Franken an Werbegeldern weg von Schweizer Medienhäusern hin zu US-Internetgiganten wie Google und Facebook verschoben haben. Dazu kommt eine zunehmende «Gratis-Mentalität» bei den Medienkonsumentenden: Gratis-Zeitungen und kostenlose Internetan-

gebote führen zur weitverbreiteten Meinung, Medienerzeugnisse seien heute kostenlos zu erhalten. Diesem Irrtum – Medienarbeit braucht heute noch genauso Ressourcen, Personal und Finanzen wie früher – begegnen auch wir zunehmend. Alle unsere Medienproduktionen sind zwar kostenlos abrufbar, aber wir sind darauf angewiesen, dass viele Tausend Menschen unsere Arbeit mit kleinen und grossen Beiträgen finanziell unterstützen. Persönlich staune ich Ende Jahr immer wieder dankbar darüber, wie viele Frauen und Männer in unserem Land sich tatkräftig für

uns engagieren und uns grosszügige Spenden zukommen lassen. Fast fünf Millionen Franken Spenden durften wir 2018 entgegennehmen – und das alles nicht von einem einzelnen Gönner, sondern von vielen Tausend Menschen, die uns die Weiterführung der Arbeit auch im neuen Jahr ermöglichen. Dennoch: Gemessen an den Kosten unserer Arbeit im letzten Jahr gingen 575'000 Franken zu wenig ein. Aktuell sind wir als Geschäftsleitung an intensiven Überlegungen, wo wir noch Einsparungen vornehmen können. Einfach ist das nicht, denn seit Jahren sind wir sehr zurückhaltend mit Ausgaben, und wir haben dieses Jahr bereits Sparmassnahmen realisiert: So verzichten wir auf die Verbreitung von Radio Life Chan-



nel und Radio ERF Plus im Tessin. Zudem steigen wir Mitte Jahr aus der Satellitenverbreitung unserer Radioprogramme aus. Weitere Einsparungen könnten zu einem weiteren Abbau von Angeboten führen. Entscheidend wird daher sein, dass wir noch mehr Menschen dafür begeistern können, einen Beitrag für die nachhaltige christliche Medienarbeit von ERF Medien zu leisten. Gerade bei Menschen im mittleren und jüngeren Alterssegment gibt es noch Potenzial. Unsere Aktion «1 Franken pro Tag für Radio Life Channel» kommt da gut an – und wir freuen uns über die vielen Spende-

Die zunehmende «Gratis-Mentalität» macht auch uns zu schaffen.

rinnen und Spender im Alterssegment von Radio Life Channel ab 30 Jahren, die uns Jahr für Jahr mit 365 Franken unterstützen. Es gibt sogar Spenderinnen und Spender, die sagen: «Ich spende einen Kaffee pro Tag für die christliche Medienarbeit», und die uns darum 1000 Franken pro Jahr zukommen lassen. Hinter jeder Spende steckt eine eindruckliche Geschichte, eine Haltung voller Engagement für eine gute Sache und gelebte Nächstenliebe. Gibt es eine hoffnungsvollere Perspektive für die Zukunft als um Tausende von solch engagierten Menschen zu wissen, die uns mit Überzeugung unterstützen?

